

浙江广电集团与中国电信浙江公司签署深化“三网融合”战略合作协议

7 月 6 日，浙江广电集团与中国电信浙江公司在浙江国际影视中心签署深化“三网融合”战略合作协议，双方将在前期友好合作的基础上，以共商共建共享为原则，抓住机遇，加深互信，深入推进双方在三网融合领域的战略合作，合力开展新媒体业务融合创新，共同推动浙江 IPTV 发展。



第十二届中国传媒年会发布《贵安共识》

7 月 7 日，第十二届中国传媒年会在贵州省贵安新区举行，年会围绕”媒体深度融合与大数据”的前瞻性、引领性、战略性问题，交流经验，展示成果，深入探讨，提出进一步加快发展、加快创新的措施建议，并发布《贵安共识》。年会分别就技术、内容、生态体系建设等多个方面达成重要共识。

西安广播电视台“中央厨房”暨十大融媒体发布平台上线

7 月 18 日，西安广播电视台“中央厨房”暨十大融媒体发布平台正式上线。据了解，西安广播电视台“中央厨房”融媒体指挥发布平台，将实现播出节目文件化传送，全台节目无带化播出等。破除传统新闻网与互联网的界限，形成统一决策的指挥中心和多屏分发的传播平台。

方大曾新闻社在保定成立

7 月 7 日，为纪念“七七事变”80 周年、方大曾诞辰 105 周年，在保定光园方大曾纪念室，举行“华中科技大学方大曾新闻社实践基地”挂牌仪式，标志着方大曾新闻社正式成立。当日，中央电视台纪录频道总监冯雪松、保定市政府常务副秘书长齐志明、中国摄影出版社原副社长陈申、河北大学新闻学院教授乔云霞、华中科技大学新闻与信息传播学院党委副书记李磊、保定市方志办主任孙进柱和方志馆副馆长冉白正以及华中科技大学新闻社成员参加此次挂牌仪式。



今日头条与澎湃新闻联手开启移动新闻视频的新篇章

7 月 21 日，今日头条与澎湃新闻签署视频战略合作伙伴协议，澎湃新闻旗下所有原创视频内容，包括新闻短视频与新闻直播，将入驻头条号，通过今日头条的人工智能和算法技术进行精准分发。以专业新闻生产能力见长的时政与思想类新锐媒体联手具有人工智能技术与强大分发能力的短视频平台，共同开启移动新闻视频的新篇章。



频道半年榜：浙江湖南江苏东方位居四强

日前，泽传媒携手中国传媒大学国家传播创新研究中心和人民网共同打造的反映中国媒体融合现状的全国省级卫视“全网传播”融合力榜出炉（2017 年上半年）。

浙江卫视以 9.5914 居于榜首，湖南卫视以 9.5206 位列第二，江苏卫视位列第三，东方卫视排名第四。北京卫视、深圳卫视、安徽卫视、湖北卫视、江西卫视、辽宁卫视位列十强。

浙江卫视自 4 月起，融合力指数一直位居榜首。全网收视指数、频道社交指数自 2 月起连续保持第一。高贡献量节目有年初占据全频道收视超 70% 的《王牌对王牌第二季》、不久前收官的《奔跑吧》和《高能少年团》。

湖南卫视在社交平台的热度一直不减，《歌手》《向往的生活》《我想和你唱第二季》《花儿与少年第三季》《快乐大本营》等节目贡献量最大。

北京卫视多次跻身融合力四强。栏目社交指数多次位列三强。《跨界歌王第二季》贡献量最大，其全网视频播放量，微博发布量、转发量、评论量半年来均在所有省级卫视节目中名列前茅。

深圳卫视 4、5、6 月融合力排名稳定在第六名。《闪亮的爸爸第二季》《年代秀 2017》等在视频播放量和微博话题阅读量方面为深圳卫视提供较高贡献度。

江西卫视 3 月以来稳定居于前十。老牌节目《家庭幽默录像》保持了一贯的高播放量，2017 年推出的婚恋节目《玫瑰之旅》在社交平台表现出色，6 月其微博话题阅读量与讨论量在江西卫视节目中排名第一。

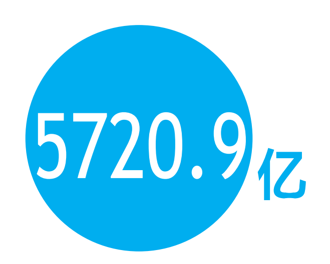
辽宁卫视在 4、5、6 月融合力排名稳定在前十名。《欢乐饭米粒儿第二季》《欢乐集结号》《爱幼科学说》贡献度最大。

天津卫视全网收视指数和栏目搜索指数半年来均稳居前十，半年榜全网收视指数排名第六，栏目搜索指数排名第五。

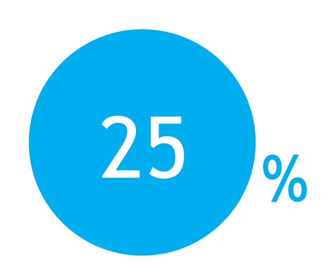
2017 省级卫视全网传播融合力半年榜（1-6月）

排名	频道名称	融合力指数	全网收视指数	栏目社交指数	频道社交指数	栏目搜索指数	频道搜索指数
1	浙江卫视	**9.5914**	9.7196	9.2563	9.8288	9.4777	9.8006
2	湖南卫视	**9.5206**	9.5238	9.5431	9.4380	9.5139	9.7341
3	江苏卫视	**8.8655**	9.0464	8.4178	9.1220	8.8212	9.2001
4	东方卫视	**8.7957**	9.1272	8.0453	9.0232	9.0455	9.6818
5	北京卫视	**8.6356**	8.8653	8.3256	8.4437	8.6353	8.9842
6	深圳卫视	**8.1655**	8.3677	7.6792	8.3734	8.4392	8.4342
7	安徽卫视	**8.0969**	8.2329	7.3776	9.0561	7.7019	8.8868
8	湖北卫视	**7.9609**	8.2715	7.5606	7.5063	8.4227	8.9174
9	江西卫视	**7.8409**	8.2001	7.0651	8.0727	8.3077	8.0608
10	辽宁卫视	**7.8120**	7.8660	7.2475	8.6763	7.5394	8.8539
11	贵州卫视	**7.6964**	7.9346	7.4283	7.4405	7.8820	7.4057
12	东南卫视	**7.6868**	8.1057	6.9561	7.6732	8.0812	7.6851
13	黑龙江卫视	**7.6781**	8.0122	6.5997	8.7137	7.3737	8.1936
14	天津卫视	**7.6560**	8.6997	6.4701	6.2924	8.7504	7.9384
15	山东卫视	**7.6419**	7.6087	6.9726	8.9068	8.0634	8.3934
16	河南卫视	**7.5829**	7.7845	6.4286	8.9046	8.4576	8.6321
17	四川卫视	**7.4795**	7.9579	6.8724	7.2166	6.6497	7.8439
18	广东卫视	**7.4510**	7.4552	7.3115	7.5261	7.9228	8.1688
19	河北卫视	**7.3456**	7.3636	7.0570	7.8312	7.2998	7.6500
20	旅游卫视	**7.2408**	7.4716	6.3489	8.4678	6.4429	6.8451
21	广西卫视	**7.1422**	7.5101	6.0266	8.0354	7.5073	7.4303
22	重庆卫视	**7.0694**	7.6868	6.0002	6.8983	7.8120	7.8424
23	山西卫视	**6.9471**	7.2097	6.0400	7.6161	7.9461	7.4706
24	云南卫视	**6.7689**	7.2582	6.2481	6.1498	6.8472	6.8721
25	金鹰卡通卫视	**6.6400**	7.4654	4.4512	8.0990	7.0996	7.2037
26	吉林卫视	**6.4076**	7.3239	4.7837	6.6085	5.8523	7.1861
27	卡酷少儿卫视	**6.3112**	6.5843	5.8477	6.5910	5.8974	4.9608
28	内蒙卫视	**6.2208**	7.4363	5.0029	4.3454	7.0544	6.9192
29	甘肃卫视	**6.1224**	6.6526	4.5295	7.1946	7.1069	7.2408
30	陕西卫视	**6.0870**	6.1355	5.1228	7.5941	6.7024	7.1094
31	南方卫视	**5.9755**	7.2026	4.1158	5.2805	6.7493	7.2437
32	宁夏卫视	**5.9682**	6.4411	5.6032	5.0807	5.7041	6.6751
33	中国教育电视台1频道	**5.6718**	5.8155	4.5912	6.8324	6.7112	8.0242
34	炫动卡通卫视	**5.4183**	6.1407	4.6290	4.5517	4.6680	6.8246
35	厦门卫视	**5.1871**	5.9790	3.0325	6.4329	6.2576	6.7591
36	青海卫视	**4.5938**	6.0466	1.0001	6.2946	5.8022	7.6100
37	嘉佳卡通卫视	**4.2903**	6.1655	1.0000	4.0885	5.5375	6.4057
38	兵团卫视	**3.8666**	4.5843	2.8946	2.9646	4.6255	6.1300
39	西藏卫视	**3.6373**	5.2063	1.0014	2.8680	5.7503	6.5531
40	优漫卡通卫视	**2.1707**	1.0000	2.7829	3.5463	6.1333	5.9931
41	新疆卫视	**1.5446**	1.0000	1.0000	2.8483	6.0569	6.7809

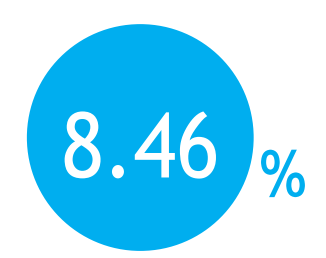
ZeMedia 泽传媒 人民网舆情监测室



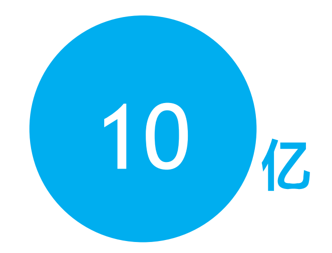
国家新闻出版广电总局发布《2016年新闻出版产业分析报告》。报告指出，数字出版继续保持高速增长，对全行业营业收入增长贡献超三分之二。数字出版实现营业收入5720.9亿元，增长速度与增长贡献在新闻出版各产业类别中继续位居第一。网络动漫和在线教育营业收入增势迅猛，增长速度在数字出版所属各类别中名列前茅。



据Zenith Media最新预测数据显示，预计到2018年，全球视频受众在手机和平板电脑上的消费量将增加25%，而非移动设备（如笔记本和台式电脑）上的视频消费量将首次下跌。从人均观看时间来看，在2018年人们会平均花费36分钟来观看手机和平板电脑上的视频，而在其他非移动设备上则只会花费18.5分钟。



宽带发展联盟发布的第16期《中国宽带速率状况报告》（2017年第二季度）。报告显示2017年第二季度我国固定宽带用户网络下载的忙闲时加权平均可用下载速率为14.11Mbit/s，全国移动宽带用户通过3G或4G网络访问互联网的平均下载速率分别为4.58Mbit/s，13.46Mbit/s。从季度变化情况看，全国平均可用下载速率提高了8.46%，相比于上一季度增长明显。



数据公司QuestMobile发布的《移动互联网2017年Q2夏季报告》显示2017年移动互联网活跃设备总数稳定在10亿以上，移动互联网用户中超过六成是30岁以下年轻用户，其中24岁及以下年轻用户最活跃，人均每月使用20个APP。



由国家新闻出版广电总局发展研究中心编撰的《中国广播电影电视发展报告(2017)》（广电蓝皮书）显示，由于2016年广播电影电视产业着力深化供给侧结构性改革，转方式、调结构，全国广播电影电视产业总收入5532.6亿元，同比增长9.01%。与此同时，广播电视服务业创收达到4322.4亿元，同比增长9.36%。

［编者按］在推进媒体融合发展进程中，可视化已经成为融合发展转型过程中的一个主流探索方向。吴莺说：“可视化是新闻作品的最后一公里”。从传统媒体到新媒体，从媒体从业者到传媒教育，从国内到国外，数十余年的探索，诸多身份的转换，吴莺始终在视觉化与传媒业之间寻找契合点。她告诉记者：“媒体融合最终要做的其实是人的融合”。

媒体融合背景下的可视化探索

——访人民日报媒体技术股份有限公司视觉总监吴莺

本刊记者丨陈旭管　曹雨薇



专访人：吴莺，人民日报媒体技术公司视觉总监。原美国密苏里新闻学院助理教授，研究生导师，美国新闻视觉设计协会 (SND) 国际评委，评审作品包括《纽约时报》的《雪崩》。评审期间，个人资料用英文和西班牙文登上了年度《世界最佳新闻设计》一书的前页。留美前曾在《新京报》工作，其新闻设计作品《北京消失的斑斓》获得第 31 届国际新闻设计大赛优秀奖。留美毕业后，在《波士顿环球报》做用户体验设计。工作期间，还为该报社设计了普利策奖参赛作品集，其中一份艺术评论的作品获得 2011 年的普利策奖。

《中国传媒科技》：人民日报媒体技术股份有限公司在数据可视化方面的发展思路是什么？

吴莺：我们是一个融媒技术公司，比较重视技术方面的研发工作以及技术在融合发展中的应用。目前，公司两百多人中有半数以上是技术人员，而且平均年龄大概不到 30 岁。在数据可视化方面，公司有数据新闻与可视化实验室，除了自身的业务之外，还在支持人民日报中央厨房的融媒体工作室。融媒体工作室，是由人民日报社的采编人员依据个人兴趣和专业取向，自由组合成立的工作室。它是人民日报中央厨房建设的一个重要组成部分，目前已孵化了 40 余个。在数据和可视化的技术应用上，我们不仅包括 H5、短视频的方式，而且也会制作一些小程序、APP 等应用，可以说是从局部细节到整体架构都可以提供全流程的技术服务。我们的技术部不仅有视觉技术人才，也有产品和运营的人才等。所以，整体来说我们以技术为支撑，进行可视化的融合报道。

《中国传媒科技》：目前可视化报道的运行机制是怎样的？

吴莺：我们采用项目制跨部门合作的方式，视觉设计师在各个内容创作团队中，将内容创作与视觉设计紧密结合，加强设计师对内容的时时关切。 所以，我们的视觉设计人员会参与到融媒工作室的多个融媒产品的制作中，紧密围绕内容做融合报道的可视化设计。

当然，我们有一部分设计师本身也是一个融合多种业务技能的复合型人才。在业务上我们有专业做 UI、UE 的，也有专业做内容的设计师。但有一部分设计师擅长多个领域，比如 UI 与内容都可以做的，所以设计师本身也是很灵活的，他们也是可以根据自己的兴趣方向，在自己擅长的领域工作。

《中国传媒科技》：所以，这种融合机制下，设计师也会参与到内容的构思与创作？

吴莺：这部分我认为是一个慢慢发展的过程，可能一开始还是会依托于过去那种传统的思路，但做的过程中我们会发现一些新的方法。比如设计师会与内容编辑讨论这样更好玩、更有利于传播，反而会帮助或者激发出一些新的想法，这完全是一种组合型的，是一个团队来打造一个产品，而不是文字、编辑、设计之间彼此独立，彼此之间的交流与互动是做优质产品的一个好方法。

《中国传媒科技》：在这种工作机制下，您如何理解“融媒报道”？

吴莺：我所理解的融合实际上是人的融合，比如物理空间的融合，机制的调整，始终都是在做人的融合上。包括我在国外的一些教学经历，也是如此。在新闻人才培养上，首先是让他们对这个行业有一个宏观的认知，然后再选择其中感兴趣的某一项技术或行业技能加以深度学习，基本上相当于培养每个人在未来都可以成为一专多能的复合型人才。“融媒报道”离不开人的融合。

《中国传媒科技》：*在既具有传统媒体报道优势又具有技术基因的公司做可视化报道，有哪些独特的角度或特点？*

吴莺：首先我们从内容本身出发，重点关注国家政策解读，通过一些活泼生动的方式传递国家正能量。在前期资料方面和数据源的获取上，我们本身具有天然的优势，在表现形式上采用动画、H5、3D 特效等多种形式做可视化报道的尝试与探索。比如，今年全国两会期间，我们做了很多有影响力的作品。今年 4 月份，我在美国参加 SND 新闻协会的会议，作为演讲嘉宾分享了一些我们的 H5 作品，引起很大的轰动。目前，我国有 7.3 亿的网民，95% 又都是移动端用户，所以我们一直都在做移动端的可视化探索。在我看来，移动端的可视化报道，中国是已经走在世界前列的。

《中国传媒科技》：*目前国内主流的可视化报道趋势主要是围绕时效性比较强的新闻，您如何看待可视化在深度报道领域的应用？*

吴莺：我认为深度报道非常适合做可视化，比如数据可视化，特别适合做调查报告，这种叫核心报道或者研究报道，因为它需要大量的数据清洗、筛选和分析，得出有价值的新闻点，然后再进行可视化，在可视化的过程中还要编码，这也是一个很重要的环节。像环境、农业或者金融这种长曲线的题材都很适合做深度报道。

《中国传媒科技》：*做可视化的深度报道是否会对记者编辑以及设计师有一些更高的要求？*

吴莺：当然，做深度报道的可视化编辑一定要具备视觉思维。因为，我们讲可视化是新闻作品的最后一公里，前期策划的再好，没有很好的视觉呈现，读者也不会买账。设计师也必须要有一定的新闻素养，了解新闻的价值在哪里。因为只有当你真正理解了，你才能用最合适的手法去呈现。其实这是一个融的概念，无论是视觉设计还是记者编辑都要对彼此领域有所了解，融合时代的新闻人必须有这个思维。编辑记者在策划时就需要明确这个内容最终会呈现什么样的视觉状态，带着一定的目的性去找相关素材。设计师也一样，在设计的过程中对新闻的理解度在一定程度上会影响最后的视觉呈现效果。

《中国传媒科技》：*在您看来中西方在融合报道方面、可视化制作方面有哪些不同？*

吴莺：我本身是一个很跨界的人，大学期间学的是视觉传达，之后在《新京报》工作，出国后学的是传播、传媒领域。在这期间，我也经历了传统媒体受到互联网的冲击，也感受到门户网站兴起到低落的年代。 所以我也是在那时候一直在思考，在这个行业里生存，必须要对这个行业有有更深刻的了解，后来就去了美国选择了传播、传媒领域，而不是选择读一个视觉类的 MFA。毕业后去了《波士顿环球报》，后来在美国密苏里新闻学院从事传媒教育工作。从跨专业到跨国家，从新闻从业者到传媒教育，回过头来看这十几年走过的路，我发现这也是我们媒体人在现阶段媒体深度融合时期，个人成长和转型需要走的路。现在我们提倡“你就是我，我就是你”，我认为这最终是要求人的融合。但人的融合，前提是要相互理解，对整个行业的理解，对彼此专业和领域的了解。只有当你眼中看到的是整体的时候，自然一切都是融合的。在美国很多新闻媒体从业者都是融合多背景的复合型人才，不仅对整个行业的理解度比较深刻，在写作，设计，技术和传播策略方面也有自己专业的能力。我们在融合发展的转型过程中，可视化一直都是一个热点，也是一个能够直接带来创新的点，但视觉并没有受到与文字内容同等的尊重。视觉也是内容的一部分，但总有人认为它只是内容的嫁衣。科技和社交媒体的发展，致使新闻媒体自身不断地在重新定位和重新挖掘自身的价值。视觉作为内容生产的一部分，也应该思考其在内容生产中未来的角色。其实这些转型背后的思考是一种思维方式的转变，也是一种人的融合与转变。

《中国传媒科技》：*媒体融合发展进程中，可视化报道未来会呈现出怎样的发展趋势？*

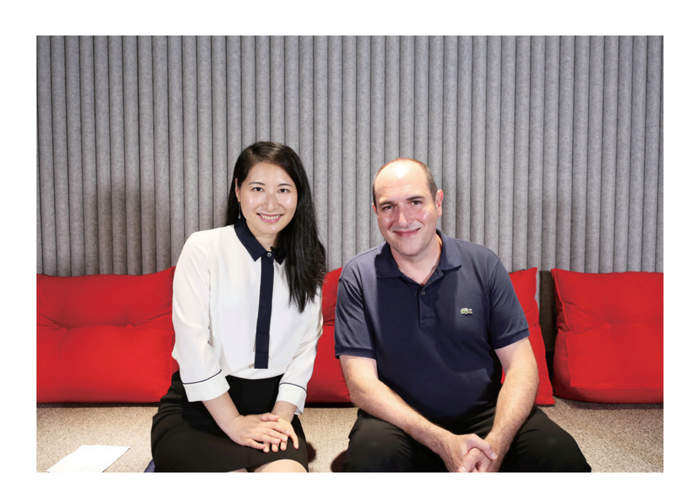
吴莺：在未来，我想我们需要重新思考什么是交流、什么是传播，人与人之间怎样沟通。包括穿戴设备、传感器的研发、未来我们的可视化最终放在哪些终端上，终端的变化是否会对可视化的方法带来哪些影响都未可知。目前我们在移动终端，但随着未来互联网的发展，信息可视化会出现在多个终端上，甚至是我们目前认为不是终端的终端上，比如冰箱，汽车，墙体等等，所以我们需要思考信息和人之间的关系，以及重新定义什么是信息，什么是新闻，什么是价值。在未来有很多想象，但作为设计，核心依然是以人为主，用户体验必须是核心，无论终端如何变化，信息都是为人服务的、用户体验永远是第一位的。

《中国传媒科技》：*您如何理解用户体验？*

吴莺：体验是看不到的，视觉只是体验中的一种而已。像麦克卢汉说的，媒介是人身体感官的延伸，我们不仅可以通过听觉、嗅觉去感受，也可以通过触摸去做交互体验等。所以我们不能把信息局限于文字、局限于视觉，而是把信息以一种多维度的体验方式来进行传递。媒

信息与数据视觉化
——独家对话视觉大师胡安 · 韦拉斯科

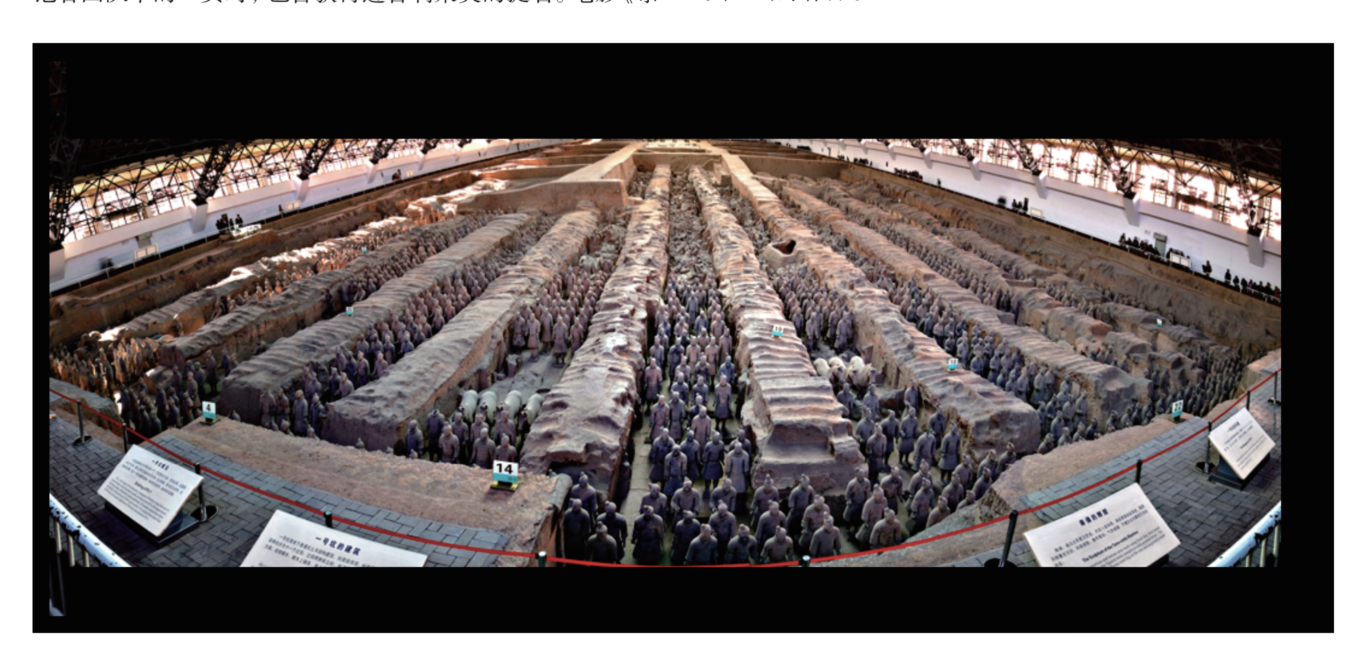
文 | 吴　莺

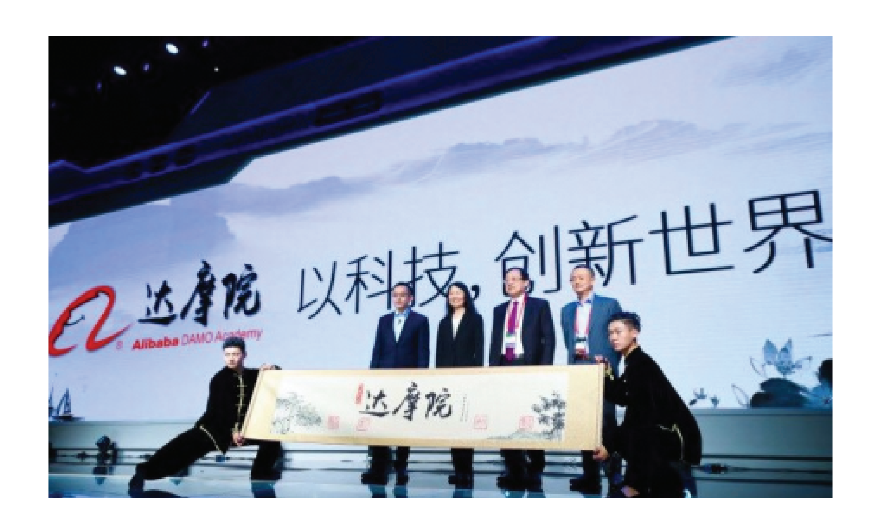


专访人：胡安 · 韦拉斯科（Juan Velasco），西班牙人，享誉世界的信息图形设计大师。曾多次获得美国新闻视觉设计协会（SND）和 Malofiej 奖项（包括 Malofiej 2013 最高奖——最佳展示大奖），以及来自出版设计协会（Society of Publication Design）和美国图形艺术学会（American Institute of Graphic Arts）的众多荣誉。作为《纽约时报》作家和视觉记者团队中的一员时，也曾获得过普利策奖的提名。电影《泰坦尼克》的导演卡梅隆曾亲自邀请他制作泰坦尼克号沉没全过程的 3D 复原图。自 2001 年以来，他还连续作为 Malofiej 主论坛中的“Show，Don’t Tell”数据可视化工作坊的指导老师之一。

吴莺：我知道你做了很多关于中国的设计项目，像紫禁城、秦始皇兵马俑、中国超级洞穴等。你能跟大家分享一下你创作“紫禁城项目”的过程吗？

胡安 · 韦拉斯科：对于我来说，整个过程最有意思的环节就是到中国来做实地调研。我们不会很经常让信息图形部门派某个人去实地又做调研，又做设计和报道。但是他们派我来到北京，这样让我知道怎么样去介绍和解释我想了解的关于整个紫禁城的细节。我和历史学家，建筑师在实地一起考察，从他们那里，我了解到很多关于紫禁城的历史。比如紫禁城是世界上最大的木质结构的建筑。所以我认为这种调研方式，比我们干坐在华盛顿调研要好很多。如果我在华盛顿调研，是不可能知道这么多的细节的。我认为这种实地调研的方式也促使信息图形设计师创作出真正的好作品。





阿里巴巴成立“达摩院”

10 月 11 日上午，在 2017 杭州 • 云栖大会上，阿里巴巴集团宣布成立承载“NASA 计划”的实体组织——“达摩院”，进行基础科学和颠覆式技术创新研究。首批公布的研究领域包括：量子计算、机器学习、基础算法、网络安全、视觉计算、自然语言处理、人机自然交互、芯片技术、传感器技术、嵌入式系统等，涵盖机器智能、智联网、金融科技等。



首个低空数字化应用创新基地揭幕

10 月 12 日，由中国民航总局通用飞行标准处、上海市经济和信息化委员会航空产业处、中国民航华东管理局通航处和适航审定处指导，中国移动 5G 联合创新中心、上海通用航空产业联盟主办，华为无线应用场景实验室（Wireless X Labs）、中国移动 5G 联合创新中心上海实验室、临港科技城共同协办，多家无人机企业参与的国内首个低空数字化应用创新基地在上海临港滴水湖正式揭牌。随着无人机产业的飞速发展，无人机的创新应用呈现出与蜂窝移动通信技术紧密结合的发展趋势。

CGTN 融媒中心正式投入运营

10 月 10 日，中国国际电视台（中国环球电视网）CGTN 融媒中心正式投入运营，改版升级的 CGTN 客户端同步上线。CGTN 融媒中心以“多形式采集、同平台共享、多渠道、多终端分发”的运行思路，最大化的实现资源共享。



四川广电成立“直播四川联盟”

10 月 13 日，四川省 21 个市州电视台与四川省广播电视台正式签约成立“直播四川联盟”。《四川观察》在此次大会上也正式发布 2.0 版本，以“融 • 见格局，合 • 创未来”为核心理念，更加注重发挥广电媒体优势、突出原创、注重互联网环境下的创新表达。此次联盟的成立加速了四川广电媒体深度融合的发展进程。

百度“燎原”计划

10 月 19 日，百度在深圳发布了名为“燎原”的 AI 开发者扶植计划，拟在 2018 年为百度招揽 500 多家生态合作伙伴，培养超过 5000 名人工智能人才，遴选 60 多家创业公司进入 AI 加速器，并投资其中的优秀者。



中国人工智能产业发展联盟成立大会召开

10 月 13 日，中国人工智能产业发展联盟成立大会在北京召开。 中国人工智能产业发展联盟（英文缩写 AIIA，以下简称“联盟”）由国家发展和改革委员会、科学技术部、工业和信息化部、中央网络安全和信息化领导小组办公室联合指导，由中国信息通信研究院、中国电子技术标准化研究院、国家工业信息安全发展研究中心等单位牵头，全国 200 余家人工智能相关企业机构共同发起组建。联盟的成立将加快推动我国人工智能产业健康快速发展。



扎克伯格希望 VR 设备降价能吸引到 10 亿用户

第四届 Oculus Connect 虚拟现实开发者大会上，Facebook CEO 马克·扎克伯格表示：“每一个进步都表明，未来将会变得更加美好”。并与大家探讨了 VR 愿景，展示了一些有趣的内容。首先，Oculus 应用下载量已经达到了 1 亿次，并且该公司正在打造一款更加实惠是 VR 头戴式装置，目标是将 VR 用户的数量提升到 10 亿。

吉林省委宣传部与中国传媒大学签署战略合作协议

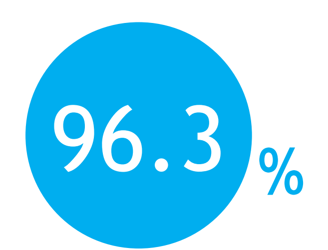
10 月 11 日，吉林省委宣传部与中国传媒大学签署战略合作协议。双方将以“共享、共建”为原则，在人才培养、媒体融合、国际传播、文化产业、传统文化传承创新等方面深入开展战略合作。此外，协议双方将以建设文化强省和世界名校、满足人民群众日益增长的精神文化需求为目标，以弘扬优秀传统文化、培养文化传媒人才为主要内容，共同开展务实合作。

量子计算云平台“中国版”正式启动

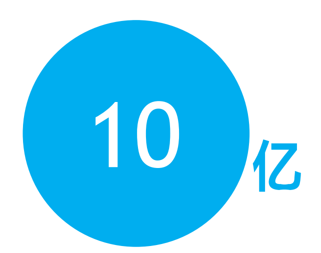
10 月 11 日，量子计算云平台“中国版”正式启动。这一云平台，由中科院与阿里云合作发布。据介绍，这是为用户提供量子计算的起点，希望推动量子计算产业化，实现三方面愿景：一、提升现有计算，包括提升机器学习、组合优化等性能，带动基于这些核心计算的业务；二、赋能新兴产业，营造量子信息技术的生态系统；三、扩充安全，加强已有的量子加密通信技术，使用量子卫星，推出基于量子密码的安全计算。

5G 调制解调器芯片组实现 5G 数据连接

10 月 17 日，高通 4G/5G 峰会上，宣布推出基于面向移动终端的 5G 调制解调器芯片组，并成功实现了 5G 数据连接。据了解，此次 5G 数据连接演示在位于圣迭戈的 Qualcomm Technologies 实验室中进行。Qualcomm 骁龙 X50 5G 调制解调器芯片组实现了千兆级速率以及在 28GHz 毫米波频段上的数据连接。



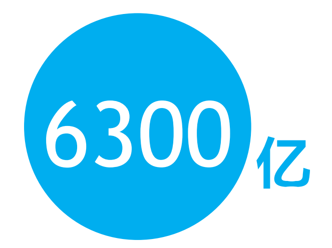
GroupM 群邑发布的《2017 上半年移动媒介趋势报告》报告显示，2017 上半年，中国移动互联网网民已达 7.24 亿，网民中使用手机上网的比例高达 96.3%，手机在上网设备中占据主导地位。随着移动用户总量的增加，各类 APP 的活跃度都大幅增长。



调研公司 CCS Insight 发布报告称，下一代移动通信技术 5G 将于 2020 年到位，2023 年全球 5G 用户数量将超过 10 亿，而中国将占到一半以上。



据投资公司 Loup 风投与贸易组织国际机器人联合会（International Federation of Robotics）测算，全球机器人产业的规模为 245 亿美元，其中一半以上产品属于电子商务仓库中使用的工业机器人。机器人市场预计在五年内翻一番。



英国政府近日发布的《在英国发展人工智能》报告显示，预计到 2035 年，人工智能可以为英国经济额外带来 6300 亿英磅（约合 8140 亿美元）的收入，并将 GVA 年增长率从 2.5% 提升到 3.9%。



普华永道最近发布了“探索 AI 革命”的全球 AI 报告，报告显示，到 2030 年，AI 将为全球经济贡献高达 15.7 万亿美元，比中国和印度目前经济产值的总和还多。AI 带来最大经济收益的国家将是中国（2030 年 GDP 增长 26%）和北美（14.5%）。



马云：

未来 30 年，技术将改变今天的世界。互联网将不再是互联网公司的互联网，是所有公司的互联网。我们看到在各个领域，变革正在急速的发生，互联网的相关技术已经成为所有行业变革的驱动力。18 年前，我们相信社会商业环境的变革会带来巨大机遇；今时今日，我们更加确信技术和创新对改变和完善社会生活方方面面的无限可能性。



阿里文娱大优酷首席运营官沈威：

360° 沉浸式 IP 体验是未来 IP 营销的第一大变革。对于第二大变革，一个优质 IP 往往在视频播放、社交平台、商业平台等多个渠道实现商业价值的提升。因此，生态运营，宇宙级宣发必将是未来 IP 营销的又一大变革。内容迭代，“人 – 货”新玩法是 IP 营销的第三大变革。

工业和信息化部副部长罗文：

大数据的形成、芯片能力的提升、云计算的应用及网络设施的演进驱动人工智能发展进入新阶段，正在成为推进供给侧结构性改革的新动能、建设制造强国和网络强国的新引擎。

华为轮值 CEO 徐直军：

作为一种通用技术，人工智能不仅使我们能以更高的效率解决已经解决的问题，也可以解决很多没有解决的问题。所以能不能具备真正的人工智能的思维，以人工智能的技术解决现在的问题，以及解决未来的问题，这是我们能不能在未来竞争中构筑领先，构筑优势的关键。



阿里巴巴集团首席技术官张建锋：

互联网时代第一步浪潮是把计算机变为平台，这步浪潮将信息链接在一起，例如谷歌；第二部浪潮是移动互联网的发展，这步将信息分享和传递变得更加方便，例如社交应用。以 IOT 为代表的物联网将成为下一步浪潮，但单单将物品链接远远不够，要进行感知和控制。

封巢智媒体系统上线　打造人工智能时代新型媒体融合平台

文 / 熊浩然　李　雪

10 月 28 日，由封面传媒自主研发、基于人工智能技术的新型媒体融合支撑平台“封巢智媒体系统”1.0 正式上线。



作为封面新闻智媒体探索之路上的又一个重要力作，封巢智媒体系统瞄准人工智能时代发展趋势，找准 AI+ 媒体的结合点，在管理、决策、效率上不断成长升级，旨在打造新一代行业云 Saas（软件即服务）APP+ 网站＋工作台全套解决方案，彻底颠覆传统媒体行业内容生产流程，实现人工智能时代媒体、技术和用户的交互式融合，用人工智能的思维推进媒体融合。封巢智媒体系统的上线标志着封面新闻在智媒体领域又迈出了崭新的一步。

一、打造“智能延展平台”　“AI+ 媒体”打破次元壁

作为人工智能时代的新型媒体融合平台，封巢智媒体系统拥有强劲的智能延展功能，通过将功能“模块化”与“集成化”，同时引入人工智能，实现了无限的后续升级可能。模块式功能添加简单方便并可持续更新，“智能三屏合一”可操作性强蕴含巨大潜力。



（一）实现人工智能与用户有机互动

打开封巢智系统工作台，最大的感受就是“第一时间”和“一目了然”，首页各功能模块以智能仪表盘呈现，一目了然。用户会在第一时间看到自己最关注的模块信息，并可快速进入对应功能页面实施操作。

靠新鲜感能吸引用户注意力，但是要留住用户必须具有实用性。这放在封面的新闻实践中，就是让内容更懂用户，带来千人千面的阅读体验。

以入驻封面新闻 APP 的应用微软小冰为例，其构建聊新闻场景，在与用户聊天时，不仅可以根据用户的需求进行新闻检索推荐，还能结合聊天上下文，通过对用户意图的判

断，进行相关文章的主动推荐，提升了文章的曝光度，也带来了用户活跃度的上升；同时将小冰加入到用户体系，让小冰主动参与文章评论，提升文章整体的活跃度。联结小冰，拓展写诗、测颜值、语音新闻播报等多种能力。“和大熊猫一起拼颜值”“为我的家宴写首诗”、“为我的家乡、美景写诗”等活动狂揽粉丝，上线三天观众超百万。

在今年国庆期间，小冰成了全媒融合报道的“流量担当”：实时播报了全成都市16条高速路况，全网观看量突破200万；和成都警花警草一起为11只新生熊猫宝宝巡逻护航，得到了全国132万网友在线支持；5天跟拍100对恋人泰国爱情之旅，完成了首次真正意义的跨国直播。截至10月8日24点活动收官，300万余人在网上见证了小冰的风采。

在北京师范大学新闻传播学院副院长张洪忠教授看来，这些惊人的数字象征着在人工智能时代，媒体正演变为一种生活方式，新媒介将以“体验”为主，而人工智能的运用，则是“体验”的一个重要手段。机器人小冰的介入，恰恰为用户提供了全新的体验，因此这是一个非常好的媒介融合体验案例。也为传统媒体如何获得用户提供了一个可借鉴的路径。

（二）机器写作提高媒体工作效率

《纽约》杂志作者KevinRoose就认为，“自动写作将是未来新闻行业最佳发展趋势。”自动化写作服务NarrativeScience的调查报告也预计到2020年前后，90%以上的新闻报道都将由机器来完成。机器写作因其可模板化、数据丰富的特征，在一些细分的、简单的、重复性高的部分新闻领域，比如自然灾害、交通状况、机票信息等新闻，基本可以通过与相关权威信息部门合作，以机器写作的方式替换一部分编辑职责，利用技术独立完成新闻编辑、审核、发布工作，实现新闻发布的自动化。

作为封巢智媒体系统的重要功能组成模块，早在2016年12月20日，封面新闻小封机器人就已经小试牛刀，发布了一条名为《12月20日打折资讯推荐》，这也是国内第一条由机器人写作的生活资讯服务。

快速、准确的播报让小封机器人在地震报道中也得以在地震中发挥作用。2017年9月30日，四川青川县发生地震。小封机器人仅用时8.09秒进行新闻写作，产生稿件信息包括速报参数、震中地形、周边村镇、周边县区、历史地震、震中简介、震中天气，并配有相关图片。小封机器人依托于封巢智媒体系统大数据核心算法技术构建的知识图谱，将搜索、复制、粘贴、贴图压缩到一个极短的时间段内，大大节约了时间成本，内容更丰富也更人性。

（三）智能三屏合一 多系统高度联动

封面以及封巢还在内容生产链条上探索更多的可能性：记者、新闻助理，领域专家等等。过程中，用户可以无缝切换身份，平台的功能外延将不断丰富。

除此之外，封巢智媒体系统将着力实现app化与集成化，解决移动智能全时办公，将多向操作与功能进行一体化联结，微观操作上将手机、PC和大屏指挥系统“三屏合一”，打造独具特色和风格的封巢智媒体指挥中心。

在未来，封巢智媒体系统还会通过机器人对于不同语料库进行深度学习，构建起用户的认知图谱，在新闻信息的生产过程中，自动生成适应不同认知水平人群的报道内容与报道方式，帮助编辑选择最为恰当的表述方式，从源头上做到“因人而异”地为用户提供资讯信息，成为“智慧＋智能”并重的“智媒体”。

二、创新“智慧内容平台” 重构内容生产流程

数据中心化时代，动态数据的监测不仅呈现当下，更是未来的预兆。因此，数据洞察将成为传媒业去中心化提速的重要参照。封巢智媒体系统作为一个以数据为核心、智能＋智慧的智媒体融合平台，对记者、编辑以及整个采编流程实现颠覆性改变。

（一）四大系统构建全循环融媒中心

依托数据为核心，封巢智媒体系统内置四大系统，以全网大数据精准评估传播效果，支撑以移动互联网传播为主体的内容生产流程的重构，指导策采编审发全流程多场景，打造一站式融媒工作平台，实现各环节全面提效。具体包括：抓取全网线索，上万采集源头，线索一键派发的热点监控系统；分钟级抓取，按需定制，竞品通知1秒获取的全网采集系统；一次生产，一键多发，精准分发，全面管理的内容管理系统；全网流量监控，以传播为导向，改变生产过程，数据考核模型化、自动化的传播分析系统。

封巢拥有的四大系统打通了媒体新闻生产的上下游，构建一个从内容生产到制作、分发再到效果监测的全循环融媒中心。

（二）融合驱动型直播 打造直播播报新体系

封面传媒董事长李鹏认为，“由于互联网、移动互联网、智能设备已经给传统媒体的读者带来了全新的交互阅读体验，同时这些读者用户逐渐习惯了新型交互体验。因此为了更好的留住读者和为读者提供更好的新闻资讯服务，传统媒体需要跟进当前的读者用户获取信息的习惯改变这一趋势。”在拥抱社交时代，如何与读者建立连接？实践证明，直播、文字、图片和短视频结合的融媒报道必不可少！而封巢智媒体系统恰好可以提供最有利的技术支持。

根据封巢技术团队监控显示，在直播应用的支撑中，封面直播的产量和传播量在企鹅号、今日头条、UC各大平台长居媒体前三名。截止目前，封面新闻直播视频部已生产制作了超过700场视频直播节目，总时长超过1500小时，总计收看超5000万人次。其中不乏“爆款”，像5月24日，封面直播《俯瞰“川藏第一桥”》，就以超强的代入感引来共计71.7万人在线观看。

在今年8月8日的九寨沟地震报道中，封面新闻8路前线记者赶往地震现场，发掘震中周边地区速度救援故事，以每小时发布4篇报道的速度进行更新，对现场进行广角呈现。8月9日白天，封面新闻开启了两场长时段直播，总时长为6个半小时，多平台的用户收看人数达到了1700万，演播室＋现场报道＋短片的报道方式，既有灾区救援的核心现场，也有道路受阻的核心现场，在后方还有四川地震局现场、四川大学华西医院接诊第一批伤员的现场，多个现场交叉出现，

为受众呈现出了一个立体的，多角度的地震救援直播。

三、建立“智识管理平台” 版权传播可视化管理

除了提供全新的内容成产模式与提供强大的智能外延保障之外，封巢智媒体系统直击行业痛点，在内容分发和版权维护上提供监控数据和技术支撑，在知识产权愈发重要的今天，这一功能的推出意义尤其重大。同时，提供以传播量为基准的智能考核体系，为内容生产者提供薪酬支付标准，改变传统媒体“打分难”问题。

（一）监控全网传播数据 为版权保驾护航

从 8 月 11 日起，封面新闻发布了系列《反侵权公告》，标志着封面新闻全网追溯和比对技术的成熟，为媒体数据安全保驾护航。据了解，封巢智媒体系统为封面新闻华西都市报提供原创内容确权、内容传播数据、版权维权等多方面的服务。用全新、便捷、精准的数据，满足媒体多元化、个性化、有针对性的数据需求，为封面新闻华西都市报实现版权增收、提升运营绩效、维护内容产权。

根据封巢智媒体数据监控显示，最近三个月封面新闻–华西都市报 287 篇文章原创文章被转载次达 30000 余次。通过原创稿件全网数据监控、文图及视频对比分析、稿件来源追踪、传播路径分析、媒体白名单、黑名单筛选等技术手段，2017 年 8 月 11 日，封面新闻–华西都市报发布第一期反侵权公告后，截止目前共发布 8 期反侵权公告，累计追踪侵权转载媒体 76 家，侵权转载稿件 173 篇次。反侵权公告发布后，效果显著，共计 63 家媒体及时删除相关侵权稿件链接，并主动联系寻求内容版权合作。显著提升封面新闻–华西都市报的原创稿件版权保护工作，有效提高版权增值增收。

（二）告别人工打分 智能计算考核绩效

曾几何时，如何科学公平地为记者、编辑打分是所有传统媒体面临的难题。封巢智媒体系统的出现有望彻底攻克这个痛点，系统将集成考核评价系统，以传播数据为基础，通过科学计算分析同时配合人工参数设置干预，将实现相对公正科学的薪酬计算。

届时，只需要一键输入内容生产者的名字，就可以查看所有其采写或编发的产品，相对应的传播数据和传播效果，并查看机器智能计算出的薪酬数值。

（三）功能全面发展 智媒融合空间广阔

当下媒体面临的矛盾很多：传统的内容发布系统已经不能满足用户日益挑剔的内容需求；全网传播占领舆论阵地，但是管理成本也越来越大；在内容生产的过程中，缺少与用户的交互。内容、成本、用户都是需要解决的当务之急。

封面新闻的实践当中可以看出，封巢智媒体系统凭着建设快、投入低、媒体业务性强、可靠易用并随业务升级等优势。包括内容数据、业务数据、外部数据、运营数据在内翔实的数据仓库，最初线索搜集，到策划、采编、审发、传播到最后的考核环节内容生产全覆盖，做人工智能时代的媒体融合技术支撑平台。

未来，封巢智媒体系统将不断不断升级、优化。我们继续期待它带给我们更多的精彩。

编者按：大数据、云计算等信息技术、计算机技术的飞速发展，加速人工智能在各个产业、各个领域的应用与融合。10月10日，由工业和信息化部指导，中国电子学会主办、中国工业大数据创新发展联盟秘书处、中国首席信息官联盟秘书处、智汇工业承办的“2017中国工业大数据创新发展高峰论坛”在北京召开。

近年来在推进媒体融合发展进程中，大数据技术已经成为重要的技术驱动力，写稿机器人、云计算、人工智能、物联网等以大数据技术为依托，从各个角度推动媒体融合创新与发展。未来大数据的应用与发展走向如何，又将如何在媒体深度融合进程中发挥重要的技术支撑作用。

在本次大会中中国工程院院士倪光南、中国电子学会副理事长兼秘书长徐晓兰、工业和信息化部信息化和软件服务业司副司长李冠宇、工业和信息化部信息化和软件服务业司处长肖超、清华大学软件学院院长王建民、中国船舶工业系统工程研究院海洋智能技术创新中心主任邱伯华等专家、学者就论坛主题“融合创新 共享赋能”发表主题演讲。

工业大数据

本刊编辑部



中国工程院院士倪光南以构建安全可控的信息技术体系为主题表示：

中国是网络大国，习总书记提出的加快推进国产自主可控替代计划、构建安全可控的信息技术体系、实施网络信息领域核心技术设备攻坚战略等举措中，构建安全可控的信息技术体系是我国网信领域的一项重大任务。加大核心技术研发力度和市场化引导具有重大意义。倪光南表示实现网络强国，就要打好基础，构建好技术体系。

中国电子学会副理事长兼秘书长徐晓兰指出：

人工智能技术最重要的基础是大数据，在未来的发展过程中，工业大数据的创新发展，一是要需求导向，牢牢把握发展变革的机遇，高度重视工业大数据的价值，持续提升对数据的科学认知，通过深度的审视不断优化数据源，提升实施生产数据的采集，包括数量、质量、类型、精度、频率的技术能力来把握新一轮发展机遇。二是创新驱动，潜心打造产业的整体优势。三是加强人才引领，着力构建科学的人才机构。四是应用示范、深度挖掘数据潜在的价值。在数字经济的大时代背景下，大数据已经成为驱动社会经济进步的新引擎。工业大数据，是国家提升综合竞争力的一个关键因素，是全球工业转型必须面临的重大课题。



倪光南



徐晓兰

工业和信息化部信息化和软件服务业司副司长李冠宇指出：

推动工业大数据的应用发展，核心任务是构建覆盖工业全环节、全流程和产业全生命周期的数据链，并且在此基础上形成基于数据分析的系统级的工业智能。

推动工业大数据的应用发展，一要加强工业数据的采集和交换，实现数据跨层次，跨环节、跨系统的大整合。二要进一步提升信息化水平，特别是数字化水平，推进工业全链条的数字化能力，将各领域、各环节的经验、知识、工艺参数的模型数字化、模块化、工具化，构造从经验到模型的机器学习系统，实现从基于数据和知识的自动建模。三要深化工业大数据的应用，促进数据分析挖掘下工业系统的各环节广泛渗透，形成贯穿数据采集、智能控制到智能决策的完整闭环，构造自我迭代和持续改进的数字化、智能化的工业系统和体系。



李冠宇

工信部高度重视工业大数据的发展，未来将依托促进大数据的部级联席会议加强沟通合作，贯彻落实促进大数据发展行动纲要，落实中国制造 2025，促进大数据和工业融合创新发展。把工业大数据发展纳入大数据发展的规划当中的一个重要的内容，加强顶层设计，协同推进，利用工业转型升级资金等支持工业大数据技术产品的应用示范。完善发展环境，加快工业大数据相关标准的研制与试点应用。

工业和信息化部信息化和软件服务业司商超处长出席了论坛，商超处长指出：

未来工业大数据产业的发展需要工业和信息化部和地方的主管部门、行业协会、企事业单位共同来凝聚共识，多方参与，协力推进。未来将进一步构筑数字经济发展新动能，优化大数据区域布局，推进大数据的标准化，推进工业技术软件化等。



商超

清华大学软件学院院长王建民教授指出：

工业是一个系统的不是离散的，它是整体的不是孤立的，所以工业大数据要有四个要素，场景、知识、数据和技术缺一不可。工业大数据是工业智能软件化，把软件作为一个载体。大数据软件从数据的角度来讲，可以分为四个阶段：第一是搜索，要有数据来源；第二是管理，从企业信息化开始就要管理、其中精神管理是一些非结构化数据，今天的大数据要把非结构化数据考虑进来；第三是数据管理中要解决查询和检索问题；最后大数据要有处理、有分析。其中处理是数据集到数据集，分析是从数据集到知识、到模型。



王建民

中国船舶工业系统工程研究院、海洋智能技术创新中心主任邱伯华指出：

智能化时代，在工业大数据的诞生中出现新的分支，既有 IT 的特点又有 OT 的特点。工业大数据具有价值性、实时性、准确性与闭环性。在工业大数据价值上，如何通过数据分析产生价值，一定是以业务为主导、价值为驱动，设计到底需要怎样的数据。工业大数据的表征是需要一种规模化的方式，解决个性化的需求。这才是我们对数据使用的基本原则，其产生的价值主要表现为万物互联、数据驱动、自主能力。



邱伯华

全媒体语境下地方电视台新闻的转型与突围

摘　要：本文对全媒体竞争语境下地方电视台新闻的转型与突围进行了探究。全媒体综合了多种传播媒体的特点和优势，在全媒体竞争语境下，地方电视台受到了冲击，要想实现转型和突围应该做到：转变媒体传播理念；把握本地民众的收视兴趣；加强地域特色的选题策划；优化团队、强化自办；改革管理提高经营效益；增强与民众的互动效果。

关键词：全媒体；竞争语境；地方电视台；新闻
中图分类号：G210.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-016-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.001

文 / 高晓华

全媒体是指随着媒体行业的快速发展，形成的涵盖纸质媒体、电视媒体、网络媒体等的一种媒体形式。它在媒介形式、传播途径和媒体功能等方面综合了多种传播媒体的优势，信息传播效果好，能为受众提供全面优质的服务。全媒体具有动静结合、全时在线、即时传输、交互联动、深浅互补的特点。其中，动静结合是指动态媒体和静态媒体有效结合；全时在线是指能全天候的为受众提供信息；即时传输是指能够在第一时间向受众传递信息；交互联动是指受众群体和媒介主体能实现有效的互动，关系更加紧密；深浅互补是指全媒体中媒介形式和播报手法的不同，受众可以对同一信息获得不同深度的理解。

1. 全媒体竞争语境下地方电视台存在的问题

在全媒体竞争语境下，地方电视台要想寻求发展必须要正视自身存在的不足与问题，只有加强对各种问题的分析，了解其成因，基于成因制定完善的对策、手段才可以在根本上推动地方电视台的发展。基于对现阶段地方电视台发展状况、内容以及环境的分析可以了解到，其存在的问题主要表现在政策、自办能力、覆盖群体以及管理等相关内容，具体如下：

第一，政策方面的问题。全媒体对整个媒体行业尤其是传统媒体造成了很大的冲击，使其面临着很大的生存压力。中央、省级电视台虽然为了应对这种冲击改革了行业规则和制度，但是他们处于行业顶端，所做出的改革是站在自己的立场上，是为了提高自己的竞争力。地方电视台不但没有得到有效的保护，还处于更加弱势的地位，在这种情况下，地方电视台新闻的转型与突围势在必行。

第二，自办能力的问题。地方电视台缺乏足够的资金和专业的人才，新闻自办能力较弱。全媒体时代下，地方电视台的人才有很多投入到新媒体行业。这种人才的进一步流失，使其自办能力更加弱化，直接降低了电视节目质量与效果，不利于地方电视台的长足发展。

第三，覆盖群体的问题。全媒体时代下，新媒体的出现丰富了传播内容和传播方式，满足了受众群体对媒介多样的要求。在这种情况下，直接造成了地方电视台的受众群体流失，覆盖范围有了一定程度的降低。如果地方电视台故步自封，不创新节目内容，也会在一定程度上降低对受众的吸引，在覆盖范围以及吸引力降低的双重影响之下，会严重制约地方电视台的发展。

第四，管理方面的问题。地方电视台长期采用事业单位的管理模式，体制改革的力度不大，效果不明显。导致管理工作思维僵化，经营发展模式简单，这种情况不仅不能有效地吸引人才，还造成了优质人才的流失，难以应对全媒体的冲击。

2. 地方电视台新闻转型与突围之路

要有效地实现地方电视台的新闻转型与发展，必须要基于实际状况对地方电视台的方方面面进行系统的分析，在媒体传播理念、本地民众的收视兴趣、地域特色的选题策划等相关角度开展工作，不断优化完善措施，了解受众的需求，充分地彰显地域特征，继而优化团队自身的能力，强化自办能力，对现有的制度进行不断的优化改革、强化管理，在根本上不断地拉近与群众的距离，增强与民众的互动效果，只有这样才可以为地方电视台的新闻转型和突围奠定基础。

2.1 转变媒体传播理念

地方电视台要转变传播理念，使其符合全媒体时代的要求。地方电视台要明确自己的媒体功能，并以此为切入点，使自身的专业性、针对性更加突出，体现地方特色和媒体特性，以此吸引固定的受众群体。转变信息传播理念，在注重信息准确真实的同时，还要重视它的及时性，只有保证新闻的“新”，才能减少受众群体的流失。地方电视台可以利用新媒体第一时间推送新闻，然后再利用传统媒体深度剖析新闻，制作出专题类的节目，使受众获得生动的热点新闻信息，引起他们对地方电视台的关注。

2.2 把握本地民众的收视兴趣

地方电视台要立足实际，明确自己的收视对象，了解基层民众的收视心理、收视习惯和兴趣，从而使自己报道的新闻内容符合受众的口味。国内外大事和明星趣味与民众的生活并不贴近，在各类媒体上也传播得铺天盖地，没有新鲜感。地方电视台不要过分追逐这类信息，而要报道本地新闻，报道贴近民众、与民众利益相关的新闻，如好人好事、政策变动、物价变化等，这样更贴紧、贴近民众，激发他们的收视热情。

2.3 加强具有地域特色的选题策划

每个地域都有自身独特的文化和民风民情，这是当地民众的精神和生命，有地域特色的新闻才能引起当地民众的兴趣。因此，地方电视台的新闻应该关注当地的事件，这是发展地方新闻的必由之路，也是地方媒体的职责。在加强地域特色的选题、关注民众身边事的同时，还要挖掘其背后的地域文化特色，这是地方媒体在全媒体竞争语境下获得立足之地的重要法宝。如报道当地的特色美食节和庙会，地方媒体提前报道这些节日、集会，介绍它们的盛况、传统活动、时间和地点，重点介绍本次活动与其他活动的不同之处，有哪些有趣好玩的事物等。这种新闻报道新鲜有趣，介绍了群众熟悉的、感兴趣的、喜闻乐见的事物。新闻内容贴近他们的生活，能够拉近新闻与观众的距离，激发他们的收视热情。如连云港电视台曾经在新闻中预先告知，当地民主路老街在元旦节三天内有歌友会、淮海戏、京剧等文艺活动，并介绍了具体的时间、地点、有趣活动等，贴近当地民众的生活，具有实用性，不但激发了群众的收视热情，也使新闻达到了传播效果，实现了自己的价值。

2.4 优化团队，强化自办

地方新闻制作水平不高，节目自办能力弱，这是在全媒体竞争语境下受到严重冲击的重要原因。当前地方电视台的记者和主持人的业务水平不高，摄像设备落后，摄像技术和后期剪辑能力差，这些都导致电视新闻缺乏深度，质量不高。针对这种情况，地方电视台要重视节目制作团队的建设。通过对外交流学习、内部培训等形式，提升新闻从业人员的专业素养。如举行“每周一小时”活动，让节目采编播人员每周轮流作主讲人，与其他员工交流自己在工作实践中的经验和想法，在相互探讨交流中提高采编人员的职业素养和采编团队的工作能力，提高节目自办能力。要根据转型方向构建针对性的工作团队。地方台自办新闻节目，首先要确定节目制作方向。如要向新媒体方向转型，就要培训员工的网络知识、创新精神和活跃的思维。地方台的自办新闻节目要想在全媒体竞争语境下有立足之地，就要结合自身实际情况，增强创新能力，把新闻内容与互联网、新媒体结合，制作出新节目，提高自身的受关注度。

2.5 改革管理提高经营效益

在全媒体竞争语境下，地方电视台新闻节目的市场份额和盈利空间在不断减小，要想生存，获得经济效益，就要改革自身的经营管理模式。地方电视台要建立完善绩效考核、能力考核，寻找全新的经营盈利点。把员工的薪酬与业绩挂钩，定期考察员工的专业知识和能力，以提高员工的工作积极性和自我加压意识，使其在工作中认真负责，努力提高自身专业素养，从总体上提高地方新闻团队的素质。全媒体给传统媒体带来了冲击，地方电视台不能仅依靠广告盈利，要合理整合配置自身资源，构建媒体产业链，获得新的经营盈利点，促进自我生存和发展。

2.6 增强与民众的互动效果

地方电视台要创新与民众的互动形式，增强与民众的互动效果。除了通过电话和信件与民众交流外，还要结合新媒体，创新丰富与民众的互动形式，如开设微博互动评论区、微信互动群等与群众进行互动。还要走进民众，实地采访。通过地方电视台与民众的互动，民众向电视台提出反馈意见和新闻线索，有助于地方电视台的改进，保持新闻的生命力和持久力。地方电视台向民众提供新闻信息，解决群众的难题，可以增强群众对地方电视台新闻的信任度、忠诚度和满意度。

3. 结束语

当前地方电视台受到全媒体的冲击，再加上自身弊端的暴露，面临着生存危机，转型和突围是地方电视台新闻的必由之路。地方电视台要直视自身问题，发挥自身优势特色，改革经营管理模式，提升新闻制作团队的综合素质和新闻质量，报道当地民众需要的新闻。媒

参考文献

[1] 吴晓晖 . 关于全媒体语境下城市台媒体转型策略分析 [J]. 新闻传播，2016（23）.

[2] 冯耀芳 . 浅谈全媒体竞争环境下地方电台新闻节目如何突围 [J]. 中国传媒科技，2017（4）.

[3] 马武宏 . 全媒体竞争环境下地方电视台新闻节目如何突围 [J]. 媒体时代 .2015（8）.

（作者单位：甘肃省平凉市广播电视台）

新媒体冲击下电视发展思考

摘　要：近年来，“电视将死”的悲怆论调在学界和业界不断发酵，大有电视产业即将走向终结的意味。然而事实证明，电视并没有死去，它依然是当下最具影响力的媒体。其一，电视在内容品质上相对于网络、手机而言仍具有较大优势，现象级影视剧、综艺节目大多诞生在电视平台。其二，电视所创造的广告营收、赞助费用等也明显高于新媒体。其三，电视作为党和国家的忠诚“喉舌”，一向是重大信息的权威、首要发布渠道，这是其他任何媒体都不具备的优势。电视虽然没有被新媒体取代，但是其发展空间却正遭受着严重挤压，受众群体不断流失，收视份额不断缩减。对此，笔者认为电视的破局之道在于以下三个方面。一是要把握机遇，确保渠道内容优势；二是拥抱科技，重视用户体验感受；三是找准自身定位，发挥无可替代的”喉舌”作用。

关键词：电视；媒介；视听内容

中图分类号：G220.7　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-018-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.002

文 / 张开扬

1. 电视将死?

国内不少学者认为互联网在未来或许将成为电视的送葬者，理由如下：首先，电视的内容在网络空间里都能轻易获取，并且用户还能以一种更加人性化的方式享受网络所提供的便利；其次，关于网络政策宽松优势是电视所无法企及的。这决定网络的视听内容往往尺度更大、娱乐化程度更高，更符合当下年轻一代的收视需求；最后，作为媒介，互联网代表更高水平的人类科技成果，因而优于电视这一旧事物。美国麻省理工学院媒体实验室首席知识官亨利·霍尔茨曼也预言电视将“死”，只不过他认为移动终端譬如手机会成为电视的终结者。他给出的理由如下：（1）电视和电脑越来越一致；（2）节目已逐步转化为用户体验，运营可以不通过电视完成；（3）电视台消亡，视频兴盛，电视机厂商们必须变革；（4）多屏互动、社交电视的兴起将改变电视特征；（5）每人都将拥有一台自己的“电视”，这台自己的“电视”就是移动的手机。

很显然，电视将“死”是一个可怕的隐喻，它预示了电视机作为一种非人性化单向传播模式的死亡以及电视那种夜郎自大、不顾用户感受的生产理念的寿终正寝。事实也表明，“电视将死”这一说法绝不是杞人忧天、毫无根据。近些年来，随着网络、移动大屏等新媒体的蓬勃发展，大众渐渐发现自己看了多年的电视机一点也不“人性化”，内容是如此的呆板、单调，结果不少原本的电视观众转投了新媒体的怀抱。

1.1 收视方面的焦虑

当前，电视的整体收视情况不容乐观，主要存在两大焦虑，一是收视率整体下降，二是收视人群的老龄化趋势。根据《中国视听新媒体发展报告》（2013）的相关数据表明，受个人 PC 终端、移动设备的冲击，北京地区的电视开机率从 3 年前的 70% 下降到了 30%，降幅达到惊人的 400%，而到了 2014 年，从 CNNCI 第 35 次《中国互联网络发展状况统计报告》的数据来看，截至 12 月中国网络视频用户规模达 433 亿，与 2013 年底相比，增加了 478 万。我国互联网普及率达 47.9%，网民的总数量高达 6.49 亿人，其中移动端网民达到 5.57 亿，网络视频用户总计达 4.33 亿。电视收视率的下降与新兴网络媒体的强势崛起形成了鲜明的反差。2013 的《中国视听新媒体发展报告》透露的另一个重要信息是电视的主流受众是 40 岁以上的中老年人群，电视的观众正在老化，意味着它不再对年轻人具有吸引力，长此以往，电视将陷入收视群体老化与流失的不利困境。面对如此严峻的形势，电视从业者对传统电视的发展前景开始感到迷茫与担忧。

1.2 非人性化的单向传播方式

与互联网的去中心化大众传播方式不同，电视所采用的是一种非人性化的单向传播方式，它的中心是传播者而非受众。很多观众尽管手握电视遥控器，貌似可以自由选择自己喜爱的视听内容，但是事实上他们总会发现，自己想看的总是找不到，而不想看的却总是在那些十分有限的频道里重复播出。特别是在晚间 7 点到 7 点半这个时段，电视把大众的

收视选择权利压制到了一个最小的极点。电视这种“我播你看”的思维早已根深蒂固，它漠视大众的主观感受，压抑观众的个性化审美需求，因而这种传播是非人性化的。当网络以自身的海量视听资源（其中大部分可免费获取）和人性化的传播方式施惠于被电视严重伤害的受众时，大众纷纷关闭电视机、转向网络的现象便不难理解。

1.3 内容生产困境

当下的电视内容生产面临着诸多困境，这主要是电视内容审查和整改机制的束缚所导致。近些年来，电视剧生产的问题之一是题材单一，剧情流于俗套。2000年以来，随着现象级作品如《潜伏》《等待黎明》《敌营十八年》等谍战剧的持续热播，各大制播机构纷纷涉足谍战片的生产，盲目跟风地批量制造出各种抗日“神剧”和谍战“雷剧”，不断挑战观众的忍耐底线。综艺节目也是如此，因为政策限制的缘故，大尺度、高爆点的内容不能做，因此各大卫视和内容生产机构都纷纷选择在安全区域里“扎堆打滚”，造成了当下电视综艺同质化严重的困境。

2. 电视没死，该何去何从？

尽管种种迹象都表明电视的传播影响力在下降，受众群体正在不断老化且流向新媒体阵营，但电视至今依然“活”得好好的。对此，尹鸿教授认为：“每当一种新媒介形态出现的时候，新媒介替代老媒介的预言就开始流行。有了摄影，有人说绘画将死；有了电影，人们说摄影将亡；有了电视，人们说广播必然成为历史；如今，有了互联网，人们甚至认为一切其他媒介都将无立足之地。但事实上，每一种新媒介出现之后，旧媒介都没有死亡，大多与新媒介一起共存。”所以“电视将死”实则是一种对当下电视发展困境的隐忧和警惕。但“电视将死”依然引人深思，面对着虎视眈眈、日益崛起的网络新媒体，未来电视该如何应对来自对手的威胁？又该怎样提升自身的市场竞争力呢？

2.1 抢抓“电网同策”的战略机遇期　促进资本与内容强势对接

长期以来，互联网凭借着政策宽松之便，赚足了吆喝与市场。另一方面，电视则长期在政策限制的泥沼里如履薄冰，无法放手一搏。可以说电视与互联网在市场竞争中因为政策限制的不同而处于两条跑道，这对于电视的发展来说显然是不利的。下面是一些近年来广电总局对电视制播的相关禁令。

（1）2011年10月下旬“限娱令”：2011年出台《广电总局将加强电视上星综合节目管理》文件及2013年出台的《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》文件，要求各地方卫视从2011年7月起，在17:00至22:00黄金时段，娱乐节目每周播出不得超过三次，被大众称为“限娱令”。

（2）2011年10月11日“限广令”：针对电视剧中插播广告的时间、长度以及广告类型等作出的一系列规定。2011年10月11日，广电总局下发了《关于进一步加强广播电视广告播出管理的通知》；11月28日，其又下发《〈广播电视广告播出管理办法〉的补充规定》，决定自2012年1月1日起，全国各电视台播出电视剧时，每集电视剧中间不得再以任何形式插播广告。

（3）2011年12月“限播令”：卫视晚间黄金时段（19：00至21：30）只能播出两集电视剧；卫视晚间时段（18：00至转天凌晨1点）同一部剧播出不得超过3集；卫视白天时段同一部剧播出不得超过6集；每天电视剧播出量不得超过卫视总节目量的45%。同时，“限播令”还规定，每集电视剧时长不得超过46分钟，不得少于30分钟，此规定是防止将几集剪成一集，或是将一集分成两集的“非正常”播出。

（4）2015年1月21号“限播令”：文件中指出境外剧播出量不得超过网站国产剧播放总量的30%。

在体制束缚的条条框框中，电视内容生产无异于戴着镣铐跳舞，无法发挥出自身的全部能量。而网络剧却借机推出了《太子妃升职记》《灵魂摆渡》《余罪》和《上瘾》等符合年轻人口味的“大尺度”作品，它们一经推出便受到不少“网生代”受众的青睐，尽管制作粗糙、缺乏大牌导演和明星的加盟，但是它迎合“网生代”用户的娱乐需求，满足了他们对内容“敢于出格”的审美期待。

2015年广电总局开始对互联网收紧政策，明确要求以后电视台不能播的，网络也不能播。即台网统一政策，采用同一标准。这对于电视来说无疑将是一个战略转折点，在之后的市场竞争中，电视要把自身的资本和内容优势结合起来，打造更优质的视听资源，进一步扩大在受众中的影响力。事实证明，无论是经济效益还是市场关注度，即便拥有政策之利，网络仍无法与电视抗衡。相对于网络而言，电视具有两大优势：一是资本规模，二是内容品质。大投入不仅是节目内容品质的保证，也是高产出的必要条件。相对于网络剧几百万上千万的小本经营而言，电视动辄几千万上亿的大手笔才是精品节目和优质内容的有力保障。东方卫视中心副总监兼广告营销部总监袁春杰表示：“近几年新媒体也生产了一些内容，但就目前状况来讲，大制作从其商业模式上还是不成立的，因为电视制作成本设定了很高的门槛。”以综艺为例，截至2016年11月，市场收视率最高的节目是湖南卫视的《奔跑吧兄弟4》，而冠名费最高的节目则花落东方卫视的《极限挑战2》（8亿）。因此，未来电视要重点做好资本规模和优质内容的对接，不断打造更新、更符合市场需

求的精品内容。

2.2 树立“用户为王”的制播理念

以往电视那种不顾用户感受、闭门造车式的精英创作思维早已无法适应当下的媒介生态环境，必须从根本上改变。如今是“用户为王”的文化消费时代，任何市场竞争者都要以消费者为中心，迎合大众的需求，电视也概莫能外。如今，互联网的大数据可以做到精细化掌握受众消费信息并预测未来消费趋向。电视要主动运用这一大数据之利，广泛了解市场需求，揣摩消费者的文艺消费欲望，力争做到节目生产按需定制。此外，在内容的传播层面要注重分众化策略。所谓分众化是要把不同类型和特色的内容差异化地传播到不同受众的终端设备上，有所区分才能精准地抓住更多受众的注意力资源。

2.3 积极吸纳新技术提升用户体验

“用户为王”的理念决定了一切要为用户着想，要全心全意的为受众服务。未来，电视的重点是瞄准年轻的“网生代”受众，努力迎合他们的接受习惯和审美趣味。因此，今后电视应着重做到以下两点。第一，积极拓展传播渠道。台网联合是当下电视内容生产的一大主流趋势，湖南卫视《奔跑吧兄弟》、浙江卫视《全员加速中》、东方卫视的《极限挑战》都采取了这种模式，台网联合能够把优质的电视内容以更人性化的方式进行传播，彻底摆脱电视机单向传播的诟病。第二，吸纳新技术、提升用户体验满意度。消费者总是会乐意追求新鲜、刺激的全新体验。从大众媒介更迭的历史看，体验感受更佳的媒介总是能战胜“老前辈”成为时代的新宠。譬如电视基于影像的优势而迅速压倒了广播，之后的彩色电视又弥补了黑白电视没有色彩的缺憾，而眼下网络视频又在资源存储量和播放便利性方面超越了电视。未来随着移动短视频、VR、全息投影等技术进入视听内容制播领域，必将造成新一波的震荡。因此电视务必要积极吸纳科技发明新成果，务求不断提升用户对内容接受的满意度。

2.4 继续发挥好“喉舌”的作用

无论时代如何变迁，技术怎样发展，做电视的人始终要明白我国的电视从诞生之日起就具有特殊性，这是由我国具体的历史条件和国情所决定的。但是随着时间的发展，不少人受到了西方意识形态的冲击，迷失了方向，竟认为“喉舌”身份是电视发展的禁锢。这种认识是十分危险和错误的。笔者认为，成为党和人民的“喉舌”是电视之幸，也是其核心竞争力之所在。每当国内国际发生了重大新闻事件，电视总是第一传播渠道。比如2008年北京奥运火炬全球传递、四川地震的救灾报道、2015年8·12天津大爆炸等等，大众在接收这些新闻讯息时大多是通过电视直播的方式收听收看。电视的政治素质过硬、审查播出机制可控、传播设备和技术精良，因此，电视是党和群众最为信任的媒体，在信息传播上具有一定的权威性。今后，电视要进一步找准“喉舌”的身份定位，不辜负党和人民的信任，在新闻讯息的传播上做到及时、准确、中立。在娱乐内容的传播上突出时代性、思想性和进步性，贯彻落实好习总书记在文艺座谈会上提出的“文艺发展为群众服务”的方针。

3. 结语

近些年来，随着网络、手机、户外大屏等新兴媒体不断试水视听内容的生产和传播，电视所面临的市场压力正与日俱增。的确，电视在当下的影响力已经大不如前，但是这只是一个优势弱化的问题，而不是一个产业的生死存亡问题。电视视听内容作为一类成熟的娱乐艺术形态必然会根据时代的变迁而发展演变，即传播模式、生产理念、创作手段的改变。但无论外在的形式怎样变化，都是为内在的本质（视听内容）而服务的，因此只要大众对影视艺术的审美需求尚存，党和人民之间的沟通需要尚存，电视就不会死亡，它会在不断吸纳新技术、创新新形式的过程中得以发展。媒

参考文献

[1] 吴继荣；郭之文 . 从“电视消亡论”看电视节目的生存之道 . [J].《南方电视学刊》. 2016（5）.

[2] 刘俊；胡智锋 . 论当前媒介融合时代的电视活力——兼对“电视之死”的回应 . [J].《编辑之友》. 2016（11）.

[3] 李晓蔚 . 全媒体时代电视的涅槃与重生 [J].《新闻界》.2015（22）.

[4] 尹鸿 . 电视前景瞻望 [J].《新闻界》.2016（6）.

（**作者单位：**中国传媒大学传媒艺术与文化研究中心）

融媒体时代电视节目内容为王的建构与创新

摘　要：内容为王是传统媒体的重要优势，但在融媒体时代传统媒体应在内容为王的基础上不断创新，从用户体验、融合思维、构建界面和场景匹配等方面来创新和建构内容为王。

关键词：融媒体时代；电视节目；内容为王；融合思维；建构界面

中图分类号：G220.7　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-021-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.003

文／刘　朔

融媒体时代，信息传播技术及舆论环境都发生了重大变化，传统媒体为应对生存压力也不断整合资源，利用融合发展来创新发展模式，以提升其舆论引导力、传播力、公信力及影响力，形成新型的主流媒体模式[1]。然而，电视台在融合媒体发展中，内容仍然是其传播的基础和本质，只有推动内容在各个平台间不断流动和转换方能有效实现媒体间的深度融合。

1. 内容为王的理解

1.1 内容为王的条件

内容为王是以融合思维为条件的，而非仅仅依靠向用户提供专业化的信息内容为主的。融合时代，信息内容更加丰富，信息来源途径也更加多元化，脱离融合而关注传播内容的做法已经不适应媒体的发展，已经同时代相脱离[2]。而重视信息场景的匹配差异和用户体验的差异性是评判媒体传播内容是否优质的重要条件。内容为王需要充分应用各种现代技术，如 AR 及 VR、实时交互技术等，以实现传播平台对传播内容进行针对性的生产和实现信息的实时交流与及时发布。

当前，媒体传播并不缺乏内容及传播技术、传播平台，而是缺乏将其进行融合搭配的契合点。也就是说，不同的信息内容所采取的传播平台及技术也不同。自媒体的发展带来了更加丰富的信息内容，同时用户的主动参与性也显著提高，而传统媒体则难以达到此状态，难以生产出高水平的视听内容来吸引用户。这正是新媒体能够吸引用户而传统媒体难以为继的根源。融合背景下，受众需要的是高水准的内容，而传统媒体生存的内容尽管水准不低，但却很难适合受众的视听需求。如果传统媒体不能驱动受众来主动接收视听内容，不能充分利用移动终端、APP 等平台来呈现视听内容，则会导致其受众大量流失。该流失量达到一定程度时就会导致整个视听传播的崩溃。这种崩溃正是唯内容为主而轻视技术、轻视传播平台的适应性导致的。

1.2 内容为王中内容的丰富性和共享性

融合背景下，信息资源极为丰富，但并非所用的信息内容都具有相同的价值[3]。为此，要对信息资源内容进行细分，仔细区分其内容是否具有替代性。若是可替代性信息应对其进行聚合，其传播平台的价值也非常高；不可替代性的信息引起自身价值的唯一性使得其传播平台及技术的价值不高，如独家新闻之类。但内容为王并不是可以去生产非替代性的信息内容，因为这样的信息内容所耗费的成本会高于其内容价值。然而，利用传播平台将用户、精英等内容进行聚合则可以强化内容价值，且这一做法已成为媒体融合下的常态性做法。不可替代性内容比较适合传统媒体的传播环境，在此环境中能够产生轰动效应，迅速提高传统媒体的影响力。然而，融媒体时代的信息传播速度极快，很难抢到不可替代性的独家内容，其价值也难以维持在较为稳定的状态。而新媒体传播平台及技术能够聚合多种信息资源，可同时呈现各种视听内容，特别是容易转发复制的内容，进而能够实现信息资源的共享。

由此可见，“内容为王”是对内容的一种聚合，是一种共享性的内容。融合背景下，应以用户体验为主，在不断创新来适应用户需求。当然，这种更新需要依赖新的传播技术和平台。此时，内容为王的内涵也进一步拓展和创新，其聚合性和共享性则是实现传播平台的多元化、精准化，使更多的受众接触到视听内容，以实现信息内容的生产和呈现的通畅。

2. 实现创新及建构内容为王的策略

融合媒体背景下，内容为王的建构及创新需要从场景匹配、融合思维及用户体验的多元化等方面进行思考，如此方能有效地实现内容为王的建构和创新。具体分析如下：

2.1 融合思维的运用

通常情况下，传统媒体将传播技术、传播平台和传播内容分成不同的版块，各个版块互相对立。而融合时代这三者则是相互依靠的统一体，正是这种统一体为内容为王的构建及创新提供了必要条件。媒体融合及新的媒介发展改变了媒介的传播方式，受众身份也不再是单一的接受者，变为既可“传播”又可“接受”的双重身份[4]。

在新媒体时代，信息资源极为丰富，大量信息内容以不同的方式涌现出来。特别是AR、VR及3D等技术的不断进步推动着信息传播向逼真的方向发展，而大数据及云计算等则为海量的信息内容和收视数据提供了重要保障。在微信、微博及微视频等新媒体的高速发展下，特定信息内容的扩散推动着多种传播平台的合作和融合，使传播内容的影响力进一步深化。新的传播平台和技术为内容为王的构建创建了新的传播生态。这就要求传统的媒体从思维方式及传播内容上进行变革和优化。这是因为新媒体时代，融合发展使得受众获取信息内容的渠道更加多元化，综合利用多种传播平台获取个性化信息已是受众的普遍追求。传统传播媒体应转变信息内容生产方式，由单一式向多元化的推送平台转变，以满足受众需求为目的。

2.2 场景匹配的精准化

融合媒体时代，信息内容的价值同受众接受的场景关系密切，不同的场景需要选择不同的内容来适应，也就是说融合媒体时代，应根据受众视听的内容来选择特定的场景进行信息内容的呈现，以呈现受众对信息价值的体验程度。按照用户使用的不同空间终端将场景分为移动和固定两种场景，动场景是以持续移动和动态的状况下进行的信息的零碎性接收，而固定空间则是静态地选择内容。这种静态的场景能够呈现持续时间长且相对完整的信息内容，移动场景主要是对持续时间相对较短且精选类的信息内容进行呈现，以向处于动态场景中的用户提供信息内容。同时，还应重视场景的个性化需求。不管是动态场景还是静态场景，都是受众需求的个性化的体现，无论受众身处何种环境和何种状态中，都不再被局限在此时空内，而是拥有了更多的选择。比如利用电视传播平台获取信息内容，要受到固定环境和规定时间的限制，对于节目播放的时间及内容也都由电视传播媒介决定，播放的时间非常确定，受众能够根据节目时间来合理分配日常生活时间。然而，在融媒体背景下，人们已经不需要节目表，受众获取信息内容主要是利用新媒体技术来实现。可见，以用户为思维前提的信息内容生产及传播已经成为主流。单一场景的设置已经难以满足和使用受众的需求。所以要依赖场景的个性化来激发和满足受众需求。

此外，内容的交互性也是场景匹配的重要环节。融合背景下，受众的关注点及兴趣点均不同，受众已经不是单纯地接收内容，而会同他人分享、同传播平台进行交流互动，这种交互性已经成为受众的普遍需求。这种交互性场景需求为“内容为王”注入了新的内涵。比如受众可以利用微信、微博及网页、论坛等构建出丰富的网络场景，分享自己接收到的信息及场景，这不仅拓展和延伸了传播内容的价值，还打造了交互的场景，成为“内容为王”价值呈现的重要途径。

2.3 多元化的用户体验

用户体验是融媒体时代信息传播的重要出发点，满足用户需求和追求用户感受是融合媒体发展的重要方式之一。用户体验主要是受众的个性化、感官体验及参与性等方面的内容。当前，受众对信息内容的需求主要体现在心理的需求上，这就需要受众同交互技术、平台和内容在特定环境中共同作用而产生特定的效果。不同的传播平台中收到不同的信息内容，能够刺激受众呈现出多元化的感官体验。当然，这需要重视信息传播内容的制作，重视情感的交流，需要对信息内容进行深层挖掘，以更加真实的情感去吸引、打动受众。同时，还要重视同受众的交流互动，营造出现场的氛围。

2.4 做有高度的报道

电视台作为权威媒体，应承担疏导、引导责任，做有高度的报道。对于一些似是而非、容易误导公众的观点和思潮，电视主流媒体一定要探究问题，要及时发声，以正视听。2017年，郑州电视台政法频道针对电信网络诈骗呈现网络类诈骗上升，犯罪手段更加隐蔽智能，手法变化加快，作案环节增多、分工更细等特点，记者走访民警、嫌疑人、通信管理部门和运营商，推出了深度报道《个人信息是如何被倒卖的》，受到广泛好评。互联网的兴起，各种网络诈骗花样防不胜防，普通投资者与金融机构相比较信息相对贫乏，很容易被居心不良之徒忽悠，掉进网络诈骗陷阱。2016年，郑州电视台《新闻直播间》，报道了推荐涨停股网络诈骗团伙被抓事件，并对此事件进行了揭露和剖析，诠释了电视“节目为王”深刻的现实意义。

3. 总结

由上可知，融媒体背景下传统媒体虽然仍以内容为王，但其内涵已经被拓展。构建和创新内容为王则需要其不断应用融合思维，重视用户体验和场景匹配，以确保内容价值呈现的多元化和个性化，进而满足受众需求。通过融合技术及融合平台、沟通环境等要素来激发受众参与热情，推动传统媒体逐渐适应融合时代，不断建构和创新信息内容。当今时代，人人都有麦克风，人人都是记者，人人都有话语权，也正因为如此，我们才应该有所选择，有所担当，有所坚定。媒

参考文献

[1] 黎斌.媒体融合新思维：从“内容为王”到“‘内容’为王”[J].中国广播电视学刊，2017(01)：27-30.

[2] 刘鸿远.由社会化媒体时代“内容为王”和“渠道为王”走向融合引发的思考[J/OL].新媒体研究，2016，2(24)：88-90.

[3] 章映.媒体融合仍需“内容为王”[J].中国报业，2016(12)：56-57.

[4] 张光，史瑞红，王同录，融媒体时代内容为王的建构与创新[J].新闻爱好者，2017(08)：55-57

（作者单位：河南郑州电视台）

融媒体时代，电视新闻记者的提问技巧

摘　要：融媒体时代，新闻的传播方式和效率发生了很大的变化。网络的普及对电视新闻的发展带来很大的影响和冲击，信息传播呈现多样化的趋势。电视新闻的采访活动有着电视新闻采访的方式和特点。新闻现场采访过程中，记者的提问技巧对新闻采访的效果有着直接的影响。本文阐释了媒体深度融合与记者的使命和责任，探讨新闻采访现场记者如何进行提问、记者提问技巧以及提高新闻质量的途径，并就融媒体对电视传播的影响进行了分析，以期对新闻记者的采访活动有所帮助。

关键词：融媒体；电视新闻；采访活动 ；提问技巧；特点

中图分类号：G222.1　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-023-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.004

文 / 王辉强

融媒体时代，信息内容更加丰富，信息来源途径也更加多元化，脱离融合而关注记者采访技巧的做法已经不适应媒体的发展，需要电视工作者从理论到实践进行自主学习和自我提升。电视新闻具有一定的权威性，要求电视新闻记者在进行采访的过程中，采取深度、灵活的提问方式获取新闻信息，实现新闻报道的效果。在电视新闻采访的过程中，记者的提问是重要的环节，是高质量新闻形成的基础。因此，记者应当注重提问的方式和技巧，不断促进自身专业知识和个人素养的提高，采取有效的提问方式，获取有效的、有价值的新闻信息，提高电视新闻的质量。

1. 融媒体下，电视新闻采访的特征和原则 .

融媒体背景下，媒体格局和舆论形态深刻变化，电视台应主动适应融媒体新闻生产传播需要，进行组织架构调整和工作流程再造，电视与新媒体联动融合，抢占新闻舆论高地。电视新闻的采访活动，需要对其特征进行调节，促使新闻采访能够完善，新闻采访的主要特征主要有几个方面：纪实性、形象性以及现场性。纪实性特征主要是电视新闻记者应当有相应的要求，对环境、任务以及细节进行拍摄和报道，能够对事件进行最大程度的还原。形象性特征主要指的是不同的媒体在进行采访时，使用的思维方式是不同的，电视新闻的采访是对视觉和听觉进行结合，因此需要有形象性的思维，采访过程能够口语化，对新闻事件进行创新报道，以适应融媒体背景下，电视媒体面临的巨大挑战。现场性特征主要是电视新闻的采访需要在现场对事件的事实进行反映。电视新闻采访的宗旨就是还人物以本来面目。虽然电视新闻“还原”既有声音也有图像，但限于篇幅和画面，只能是部分“还原”。记者对问题的提问应当遵循相应的原则，保证提问的效率和质量。记者采访的过程中应当遵循下面几点原则：及时性原则，即保证新闻信息的“新”，时效性的特点；计划性原则，即结合采访对象的回答进行问题内容和方式的调整；客观性原则，即电视新闻采访应当对人物、事件进行真实的反映。

2. 电视新闻采访过程中记者的提问技巧

成功的电视新闻采访能让采访对象和观众的思想情绪按照你的观点去发展，而你的观点、倾向不经意地让受众接受，这才应是成功的采访。

2.1 提问应当具有逻辑性

作为优秀的电视新闻记者，在采访时，应当按照一定的逻辑思维进行问题的提问，被采访人员才能被一步一步的引导，有效地提高新闻采访的效果，提高新闻的质量。在新闻采访的过程中，如果不遵循一定的逻辑思维，在采访中往往出现不知所云的情况。新闻记者在采访时总是从多个角度进行问题的切入，一味地追求速度，造成被采访人员的思维出现混乱，难以回答有效的信息，采访效果较差。因此，在电视新闻采访的过程中，记者在提问时应当遵循一定的逻辑思维，达到预期的新闻效果。

2.2 对新闻采访的目标和主题进行明确

电视台作为主流媒体，要以讲好新闻故事、服务人民、创新节目内容为己任。因为群众在对新闻进行观看的过程中，对事件发生的起因有比较大的关注。新闻记者采访的主要目标是从被采访人员中得到具体的事件以及相关的材料，如果问题过于抽象和笼统，被采访人员不知从何说起，很难进行深入的提问。因此，在电视新闻采访的过程中，需要明确采访的目的以及主题。例如，在针对粮食丰收的采访中，大而全的问题是：谈谈粮食的种植给你带来的好处？被采访人员往往不知从何说起。如果进行更换：粮食丰收时，你一年能挣多少钱？这样的问题更加具体，更加有针对性，被采访人员有话可说，而且很乐意回答。

2.3 提问讲艺术注重交谈语气

在电视新闻采访的过程中，记者的友好态度和友善的语气对新闻采访效果及新闻信息的获取有着直接影响。在采访的过程中，记者诚恳的态度能够拉近双方之间的距离，对记者的提问不会产生抗拒，积极地回答记者的问题。因此，在新闻采访的过程中，记者应当注重说话的语气，彼此尊重并且在不涉及对方隐私的情况下进行采访，以获取有效的新闻信息。

2.4 营造适合采访的氛围

在电视新闻采访的过程中，营造良好的采访氛围是新闻记者应当具备的基本职业素养。新闻记者应该提高自身素质，通过自身的感染力和亲和力营造良好的采访氛围。对新闻记者来说，很多情况下，被采访人员都是第一次接触。在这样的情况下“一问一答”的方式会造成采访对象的紧张情绪，缺乏回答问题的热情。因此，记者在采访的过程中，应当不急于提问，先和采访对象进行交流，把问题融入到交谈中，促使采访对象逐渐地打开心扉，说出心里话。在采访的过程中，不经意的和采访对象进行交流，并且完成提问，这样的采访真实自然，而且能够消除采访对象的紧张心理，达到事半功倍的效果。另外，在新闻采访的过程中，应当避免出现冷场的情况。因此，记者应当主动和采访人员进行沟通和交流，实现采访的目标。

2.5 注重提问方式的使用

在进行电视新闻采访的过程中，记者采取的提问方式主要有封闭式和开放式两种。采取封闭式的提问方式，能够了解采访对象对新闻事件的看法，但是，封闭式提问的范围比较小。在开放式的提问中，没有严格的要求和限制因素，采访对象可以根据话题对自己的想法和看法进行表达。另外，电视新闻记者在提问的过程中，应当对采访对象的特点如文化、性格等进行考虑，选择科学合理的提问方式，保证采访工作能够顺利的进行，完成采访任务，获取有价值的新闻信息。

3. 媒体深度融合发展，提高新闻质量的途径

媒体深度融合发展，重点在新闻，突破口也在新闻，生产优质的新闻内容是根本。电视新闻传播要激发传统优势、拓宽品牌价值、实现转型升级，打造电视重点新闻栏目、精品频道，并与新媒体矩阵深度融合，才能积极占领新兴舆论阵地。鉴于此，记者的新闻采访活动要做好以下工作。

3.1 加强记者专业知识和技能的提升

全面提升电视新闻采访的专业技能，是提高电视新闻质量的重要途径。新闻记者只有融合创新新技术、新手段和新载体，融合发展，才能尽快提升新闻的节目质量。在媒体深度融合背景下，记者获取新闻的质量对电视新闻采访的质量带来直接的影响，归根到底是记者的专业知识和技能对新闻采访的质量有着重要的影响。作为一名专业的新闻记者，在新闻采访的过程中，要能够利用自身的专业知识对提问的技巧进行调整，促使采访对象能够畅所欲言。如，在采访中，记者应当从采访对象身上找到其独特之处，提出采访对象能够回答的问题。在面对不同的采访对象时，应当对提问的技巧进行灵活的变化，而且采访对象的不同，问题的深度和内容应当有所变化。因此，电视新闻采访记者应当不断地促进自身专业知识的学习和专业技能的提高，对提问的技巧和谈话艺术进行熟练的应用和掌握，保证新闻报道的高质量。

3.2 正视深度融合，尊重受众观点

客观事实是检验新闻是否真实的唯一标准，而可信的标准则是主观的。就电视媒体而言，观众并不是可以随意施加影响的消极客体，每个观众都有他们的情感、思想和信念。在长期的生活实践中，他们要对大量的信息进行鉴别和选择，逐渐形成经验积累，成为一种心理定势。他们认为可信的就接受，不信的就排斥或反对。因此，我们的一些新闻记者，要善于在采访中以引导的方式表达自己的观点，让事实去唤起观众的联想，了解包含在事物内部的哲理，立足媒体深度融合，充分尊重观众判断提高电视新闻收视率。

3.3 充分做好新闻采访活动准备

记者的提问对新闻的质量有着直接影响，同时也是新闻信息获取的重要来源。融媒体背景下，人人都是自媒体。记者现场提问如果不能有的放矢，一旦语言出现偏差，有可能被旁观者随手录下传播到互联网，使采访活动蒙上瑕疵。因此， 新闻记者在接受新闻采访任务之后，需要对采访对象的准备工作进行完善，保证采访工作能够顺利开展。如，提前和采访对象进行沟通和交流，使采访对象做好相应的心理准备，能够避免出现拒绝采访和冷场的情况。尤其在进行重大题材的新闻采访时，记者应当在采访前做好足够的准备工作，对采访的事件、人物等进行深入的了解，以便能够在采访时有条不紊地进行提问，获取有效的新闻信息，提高新闻的质量。

4. 结语

电视主流媒体如果不创新思维就难以把握传媒变革趋势。基于这样的理念，记者应当不断地加强自身专业知识的学习，熟练掌握提问的技巧以及语言艺术，促进新闻质量的提高，以主流媒体勇于担当，服务人民、创新话语为己任，讲好故事，作好新闻宣传工作。媒

参考文献

[1] 张北南 . 电视新闻采访中记者的提问艺术与技巧 [J]. 新闻传播，2015（16）：110，112.
[2] 江言 . 电视记者新闻采访工作中提问的方法与技巧 [J]. 西部广播电视，2017（04）：113，121.
[3] 张怡 . 浅析电视新闻采访中记者的提问艺术和技巧 [J]. 新闻传播，2017（14）：103，105.
[4] 王国平 . 融媒体传播要“形神兼备”[N]. 光明日报，2017.

（作者单位：郑州电视台）

浅谈新媒体环境下传统广播节目的可视化发展趋势

摘　要：随着新媒体时代的不断发展，手机、互联网等新兴移动端媒体的出现，传统媒体的地位正在发生着改变。相比新媒体传播速度快、成本低、收益见效快的特点，传统广播节目的样态也发生了变化，由最初单一的声音传播，到现如今越来越多的广播节目呈现出可视化的发展趋势，这种可以实时看到主播在直播台前状态的节目形式也是传统广播迈向新媒体的体现。本文针对广播节目可视化的发展趋势作出分析，为传统广播节目提供参考。

关键词：新媒体；广播节目；可视化

中图分类号：G212.2　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-025-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.005

文 / 卜凡凡

伴随着大数据时代的到来，信息流通速度快，人们对信息的筛选也变得越来越主动，传统广播节目主动选择性低和过耳不留、转瞬即逝的缺点也日益凸显。新媒体环境下，网络直播开始走进人们的视野，因为其便捷方便可以直接使用手机观看，一直播、映客、花椒等直播软件充斥着大众的日常生活，据网络调查显示，人们在空闲时间都会打开直播软件观看视频直播。作为传统媒体中只有声音没有画面的广播节目在呈现样态上就显得相对单一，为了顺应新媒体时代的发展，广播走向可视化的形式也是广播节目的必经之路，是一种新兴的广播节目的生存策略。

1. 传统广播节目的发展现状与趋势

1.1 传统广播节目发展现状

我国从 1925 年起，开始筹办自己的广播电台，广播作为无线电波一直向广大地区传送类型丰富且多样的节目，在帮助传递社会信息的问题上起着至关重要的作用。起初广播作为传统媒介在传播信息上一直发挥着主导作用，广播的传播对象相对于报刊来说不容易受到受众文化程度的限制，传播的内容符合大众的文化程度通俗易懂，这也使广播的服务对象较广泛，渗透性强。但是其缺点就是播出内容往往转瞬即逝。

随着新媒体时代的不断发展，手机、互联网等移动端的兴起，人们渐渐习惯了接收碎片化的信息，而只能顺序接收信息的广播节目收听率逐渐下滑。即使当代人使用传统媒体的时间越来越少，但“传统媒体并没有被取代，只是在一定程度上，它们的作用和地位由于新技术的引入发生了改变。”[1]而广播节目又只有声像一种单一的传输方式，相对于电视、电脑、新媒体节目来说缺失了画面感就相对较弱，在新媒体时代背景下媒介激烈竞争的环境里，只有将广播节目扬长补短，才能更好的发挥广播节目的理想传播效果。

1.2 广播节目的未来趋势

随着传播媒介愈加激烈的竞争压力，传统广播节目处于一种尴尬的境地，要想在竞争中保持或者巩固其自身的地位，就必须做出改变。广播节目可视化其含义就是指将广播节目通过画面的形式进行制作并展现出来，传达出节目本身的信息和广播形式无法传达的信息。广播节目可视化最早被大众所熟知是在 2006 年钱江频道联手浙江电台文艺台，在午夜档推出的电视夜谈节目《万峰时间》。这种将直播间画面通过摄像机直播的形式，让受众第一次能够直观了解到直播间的内部环境以及广播节目的操作流程和主播的主持状态，从而吸引了大量的电视观众也提升了节目的知名度。可视化广播的出现，弥补了广播节目单一的声音信息传播符号，增加了画面感也吸引了更多的广播听众收看节目。就在 2017 年 6 月 26 日北京青年广播调频 FM98.2“声如夏花”开播，这是一档意图突破大众对传统广播的既定概念的节目，运用全媒体手段，打造全国首个可视化融媒体平台。为了顺应新媒体的发展趋势，越来越多广播开始探索可视化的发展模式，这种模式的普及或许让传统广播的地位发生改变，给广播节目带来一个新的春天。

2. 新媒体环境下广播节目的可视化改变

2.1 可视化广播的发展

随着全媒体的发展，受众接受信息的时间也更加灵动、自由。手机、电脑等可移动端可以取代电视机、收音机等随时随地观看电视节目或者收听广播，也不会被时间所局限，可以自主选择不同时间不同日期的节目，相比之下传统媒体的被动或者专注于某一时段的传播效果就变弱了。广播可视化的发展在全媒体的环境下，显得尤为重要。

发展可视化广播的前提是，广播节目自身需要一定的粉丝量，对节目有足够的关注度，开办可视化节目才能有效果。一般是与视频直播软件进行合作或者与电视台合作，其中与视频直播软件合作是成本低，操作方便，用手机就可进行节目直播；与电视台合作制作可视化节目成本高，节目需要精心制作，拍摄设备也需要用摄像机，两种基本形式都能够吸引相对受众。可视化广播的好处是一方面扩大节目的知名度，将节目品牌化，另一方面广播节目主持人和广播的工作环境不像电视节目环境那样容易了解，有一定的神秘性，受众的好奇心理也可以吸引更多的听众观看节目。可视化广播能让受众看到自己喜爱的主持人在节目中的样态，这样的声音加画面相结合弥补了传统广播节目的短处，同时也是让广播电台针对自己的节目进行形象升级的一次改变。但是，可视化广播也存在一定缺点，由于网络直播的传播面广，只要拥有手机和电脑就可以收看节目，也就意味着受众素养参差不一，节目互动时也会有低俗、不当的言论出现，这也使广播直播的环境受到了影响。

3. 机遇和挑战

3.1 可视化广播的机遇

根据 2016–2017 年网络直播行业发展分析报告中显示，网络直播由于其内容生产门槛逐步降低，实时性和交互性逐渐增强，便捷性、同步性逐渐提升的特点，已经变成全民直播的时代。广播节目可视化的发展也能够翻开崭新的篇章。

当下，大到省级电台小到县级电台，都在开展可视化的广播节目，与知名视频直播软件的合作也形成了新的商机。运用直播软件直播的同时，会把直播信息同步到微博、微信等社交软件中，同时提高了节目的观看量和知名度；主持人可以通过直播平台，与观众的实时互动，让观众参与到节目当中，也有利于节目收集观众对节目的意见，提高收听和收视率。通过节目的视频直播的推送，提高了节目的质量，使节目内容更加充实丰富，使更多受众成为固定粉丝。广播节目也为了可视化直播做出了很多新的举动，环境不仅仅局限于直播间，可以根据广播内容或形式的要求，拿着拍摄设备在公共场所进行节目的直播，比如某交通广播，把路况信息节目在现场为大家直播；某美食节目，也有原来单一的讲述改成现场制作。这样的例子还有很多，利用可视化广播的便捷性，将它更好进行推广，这也是现在广播节目的一种发展常态。另外在广播直播间加上广播标语，或者视频画面上可以有广告进行滚动播放也是增加企业收益的好方法。

3.2 可视化广播面临的挑战

现如今，随着越来越多可视化广播节目的出现，也发现了很多问题的存在，要想办好一档可视化广播节目就必须提高节目质量，也必须提高主持人的素养。节目内容要灵活变通，要秉承为受众服务的原则，根据受众的需求和时下潮流进行节目创新，同时节目创作也离不开专业的团队。可视化广播不同于传统的广播，需要有制作视频直播专业的团队来把声音和画面更好的传递给受众，也要培养传统广播节目团队对新媒体的认识，加强对视频直播专业方面的学习。

在可视化节目中，主持人的形象也尤为重要，广播由于不需要出镜，主持人通常穿着随意，素颜主持，仪态不雅等，但可视化节目的推出，主持人的形象就完整的展示在众人面前，所以要提高主持人的形象和个人素养，才能更好的向受众展现可视化广播的独特之处，将可视化广播越办越好。

4. 结语

新媒体的发展，对传统广播节目来说不仅仅是机遇也是挑战，如今可视化广播已经成了广播节目发展的必然趋势，许多知名电台都将可视化广播纳入到发展策略中，这种依托于网络进行高效传播的方式，能给新媒体背景下的广播节目注入强有力的生机和活力。面对竞争日益激烈的可视化广播节目，想要把节目做好就必须要符合当今时代发展的潮流，扬长自身的独特之处，借鉴成功可视化广播节目的成功经验，避开不被认可的节目元素，这样才能被受众所喜爱。虽然从现在可视化广播的发展趋势来看，对于广播媒体来说这还是一种新的探索和创新，随着互联网的快速发展，可视化广播的前景定是美好的。媒

参考文献

[1] 亨利．詹金斯．融合文化：新媒体与旧媒体的冲突地带 .2012.

[2] 赵新生．广播节目可视化策略分析 [J].2016.

[3] 程思遥．探索“广播节目可视化”的未来之路 [J]. 科技创新导报 .2009.

[4] 周婷．看得见的声音——广播节目可视化策略之浅析 [J]. 东南传播，2015.

（作者单位：四川传媒学院）

浅析媒介融合背景下中国传媒产业的发展

摘　要：在数字化技术和媒体技术的日益发展兴盛的时代，产生了新的词汇——融合，在自媒体的作用下，传统的媒体想要生存下去必须通过“融合共生”的外在驱动的作用融合发展。媒介融合已经成为中国媒体事业发展过程中的机遇和挑战，中国传媒行业的发展，必须抓住“媒介融合”这一机遇，积极备战，迎接挑战。

关键词：媒介融合；传媒产业；融合；发展

中图分类号：G206　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-027-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.006

文 / 苏占才

引言

随着社会经济的快速发展，媒体技术也有了突飞猛进的发展，特别是网络、通讯设备等新媒体技术的日新月异，传统的媒介（电视、广播、报纸等）受到了严重的冲击，比如报纸发行量降低，广播收听率、电视收视率下降，造成传统媒体的影响力下降，社会上产生一种传统媒体将会逐渐消亡的论调，与其同时，另一种声音“传统媒体不会因此而消亡，反之，对于传统媒体而言抓住机遇，通过相互包容、融和会更加繁荣”也出现了。目前，传统媒体的发展更加趋向于后者。

目前传统媒体利用新媒体技术，开设网站，传统的媒体数字化、网络化，力图在数字化的浪潮中东山再起，但是目前融媒体还处于探索时期，没有一个成熟的模式去借鉴，特别是国内传统媒体的发展不容乐观。据不完全统计，国内推行的数字化阅读的用量并不乐观，数字报纸、手机报等效益不大。由此可见，传统媒体的融合与发展既要让传媒行业发生质的变革，又要做到改变和突破。

1. 媒体融合产生的背景和理论基础

狭义的媒体融合是指将不同的媒介形态“融合”在一起，产生“质变”，形成一种新的媒介形态。广义的媒体融合是指一切媒介及其有关要素的结合、汇聚甚至融合，不仅包括媒介形态的融合，还包括媒介功能、传播手段、所有权、组织结构等要素的融合。

媒体融合是信息时代背景下产生的媒体发展理念，是在互联网技术飞速发展的基础上产生的、与传统媒体有机的整合，通过技术和经营方式的融合，使传统媒体的影响价值和社会价值得到保持与发展。

1978 年，尼葛洛庞帝提出“融合”的概念（如图一所示，利用三个圈代表计算机、出版印刷和广播），他认为三者的交叉位置将成为媒体行业发展最快、成长最大的领域。最早提出媒体融合是美国马萨诸塞州理工大学教授浦尔提出的各种媒介呈现多功能一体化的趋势，将电视、报刊等传统媒介融合在一起。美国新闻学会媒介中心主任把媒体融合定义为各个媒介之间的合作与联盟。2003 年美国西北大学教授归纳了当时的美国的五种“媒体融合”的类型（技术、所有权、车掠星、结构性、新闻采编融合）。在国内，也有很多学者对媒体融合进行了阐述。2007 年，王菲在《媒体大融合：数字媒体时代下媒介融合论》一文中指出：在数字技术和网络技术背景下，以信息消费终端的需求为指向，由内容融合，网络融合和终端融合所构成的媒介形态的演化过程。

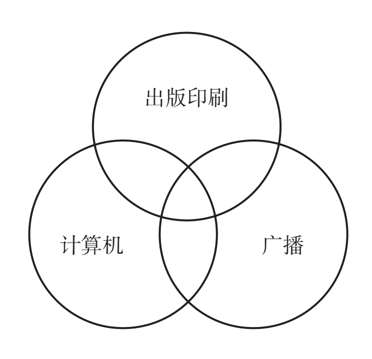


图 1　融合概念

2. 媒体融合对传媒产业的影响

目前，新兴媒体已经打破了传统媒体“家天下”的局面，并逐渐与传统媒体进行融合，为中国传媒行业的发展带来了机遇和挑战，传统媒体必须抓住机遇和挑战，实现传媒产业的转型和升级。虽然现阶段，媒体融合的发展尚未完善，各项功能并不明显，但是，媒体融合对传媒产业的影响已经初见端倪，不仅促进了传媒产业的转型，同时也为传媒产业的升级提供了理论和技术支持。

2. 1 媒体融合促进传媒行业的转型

2.1.1 媒体形态发生变化

随着信息技术的发展，宽带技术、流媒体技术、P2P 技术、无线通讯技术的日趋成熟，传统的广播电视等媒体越来越多地去借鉴互联网进行发布视频、音频。目前，媒体之间的界限越来越模糊，媒体形态不再是单纯的传统模式，更多的运用了现代信息技术。媒体之间的界限模糊，又带动了信息接收设备的更新，伴随信息传播渠道的融合，正如杰克 · 富勒在《信息时代价值观》一书中所说：“新媒体不会消灭旧媒体，只会将媒体推向相对优势的领域”，因此，在媒体融合的过程中，媒体形态将会发生质的变化，比如：电子书刊、网络电视等。

2.1.2 新闻业务出现变革

随着媒体形态的融合与发展，其主要产品（新闻）也将以融合的形态走进人们的生活，被称为融合新闻。媒体的融合必将产生新闻业务的变革，可以说融合媒体是融合新闻的基础。融合新闻不仅仅表现在媒体新闻的联动合作，更重要的是实现了新闻从采集、加工到呈现到受众面前的资源共享。

新闻业务的变革——融合新闻的出现，极大地促进了新闻资源的深度开发和融合，新闻资源得到最大限度的开发和利用，同时新闻传播也更加自由，更加人性化。

2.1.3 传媒产业的经营模式变更为融合经济

无论是媒体形态的变化，还是新闻业务的变更都是为传媒产业的经济服务的，随着传媒形态和融合新闻的出现，传统的经营模式已经满足不了日益增长的新媒体的发展需求，一种新的经营模式（融合经济）也应运而生了。

融合经济的特征首先是媒体经营角色的调整，媒体经营角色由原来的信息提供商转换为信息经营商，实现传媒价值的最大化；其次，采用了新的运营模式，建立了综合性的信息平台；同时媒体的营销体系也发生了变革，摆脱了"以产品为中心"的旧观念，转向为"以用户为中心"的营销模式。

2. 2 媒体融合促进传媒行业的升级

实现数字化战略，促进传统媒体和新媒体之间的融合是传媒产业目前发展的重要方向，是实现传媒产业升级的客观需求。传媒产业逐渐向文化产业升级，由于信息技术的发展，传媒产业在技术、市场等各个层面逐渐融合，促进了传统产业结构的升级，这种现象被称为"产业融合"。随着产业融合的不断发展，在产业融合的推动下，媒体融合也开始发生质的变化，使传媒产业逐渐向文化产业升级。具体表现在媒介服务方式的升级、媒体功能的定位升级、媒体的盈利模式的升级。

3. 融媒体背景下我国传媒产业发展的路径选择

我国传媒产业并不是一开始就以产业的形式出现的，传媒产业在我国的发展经历了从无到有的阶段，然而目前我国传媒产业发展迅速，媒体融合已经成为我国传媒产业发展的核心，在媒体融合的背景下，我国传媒产业何去何从已成为当前我国传媒学者思考的重要问题。

3. 1 我国传媒行业发展的现状

《中国传媒产业发展报告（2016）》显示：传媒产业整体平稳发展，但结构已经发生了深刻变化。在 2015 年中国传媒产业的发展出现了两个超越，一是虽然报业广告和发行收入下滑明显，但是电影票房却远远超越了报业市场。二是电视广告虽然发展疲软，下滑明显，但是网络游戏市场却远远领先于电视广告收入。2015 年互联网媒体的市场占有额较之于 2014 年上升了 4 个百分点，成功地拉大了传统媒体的规模差距，传统媒体受到了严重的冲击，传统媒体的话语权和影响力受到了严峻的挑战。而 2015 年传媒产业的亮点便是移动传媒，据不完全统计，手机上网人数已超过 6 亿人，逼近网民总人数。

3. 2 我国传媒产业发展的方向

融合媒体的发展使我国传媒产业面临着机遇和挑战，因此我国传媒行业的发展首先要抓住机遇，确立媒体创新的主体，加强媒体融合的专业化，推进媒体区域化的发展，迎接新媒体冲击的挑战，实现我国传媒产业的健康快速发展。

3.2.1 确立媒体创新的主体

媒体融合的实质是媒体创新，我国传媒产业的发展是在媒体融合的基础上，以市场为导向，以技术创新为基础，以市场创新为动力，以产品创新为重点，确立创新的主体（集团化改革），深化我国传媒产业的集团化变革，打造符合媒体融合标准的具有知识产权和管理能力的传媒集团，吸纳各种优秀资源，充分利用民营和外资力量，形成以产业价值链为核心，以品牌型企业为龙头，建立多元化、多层次的媒体融合创新主体。

3.2.2 加强媒体媒体融合的专业化

内容为王，是传媒产业发展的核心资源，也是传媒产业的基本赢利点，传媒产业的发展必须奠定内容为王这一基本核心点，做到专业化，只有专业化的内容才能做到不被仿制、复制，获取专业上的优势，赢取受众的影响力，提高传媒本身的核心竞争力。

3.2.3 推动媒体区域化发展

随着我国经济的不断发展， 区域经济化的浪潮不断高涨，我国媒体产业的发展也应该适应区域经济化的浪潮，构建一个较为完整的区域化发展体系，以市场为导向，拓宽传媒产业的发展空间和发展范围，实现区域化的最终目标：全国乃至全球的统一的传媒大市场。

区域化是我国传媒产业在媒体融合背景下实现健康快速发展的基本途径，不仅能够打破市场壁垒实现传媒产业市场一体化进程，还能够有效地促进传媒产业的迅速发展。

4. 结论

媒体融合将成为我国传媒产业发展的切入点，既为我国传媒产业的发展提供了机遇，又带来了挑战。我国传媒产业的发展必须抓住眼前的机遇，坚定媒体融合是数字化时代媒体未来发展的必然趋势。把媒体融合结合创新经济学、产业经济学进行解读，融入到中国传媒行业的视野中，顺应时代的发展，做媒体融合的先行者和开拓者。媒

参考文献

[1] 吴昊天 . 中国传媒产业发展研究 [D]. 西南财经大学，2014.

[2] 王润珏 . 产业融合趋势下中国传媒产业发展研究 [D]. 武汉大学，2010.

[3] 刘政序 . 产业融合背景下中国传媒产业的社会功能研究 [J]. 声屏世界，2016（2）：46-48.

[4] 孙于茜，刘政序 . 产业融合背景下中国传媒产业的社会功能实现 [J]. 西部广播电视，2016（5）：23.

[5] 秦空万里 . 当代中国传媒管理的战略转型研究 [D]. 华南理工大学，2013.

（**作者单位：**北京传讯文化有限公司）

互联网影响下传统广播的创新发展

摘　要：互联网的发展让传统媒介经历了较大的变革，同时作为传统媒体不可或缺的部分，广播媒体也正遭受着巨大冲击。基于此，本文论述了互联网影响下传统广播的创新发展。

关键词：互联网影响；传统广播；创新发展
中图分类号：G229.20　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-029-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.007

文 / 刘凯燕

在新媒体时代的背景下，广播事业获得了快速的发展，本文探讨了互联网影响下，传统广播所处的劣势，并提出了创新策略。

1. 在新时代下传统广播所处的劣势

进入 21 世纪以来，科学技术的发展带动了各行各业的发展，而互联网的出现更是大大地缩短了人与人之间的距离，地球村概念逐步进入人们的视野。而作为一种传播信息的权威载体，传统媒体在新的时代背景下所遭受的考验极为严峻[1]。

1.1 与新媒体时效性不够强

时效性是说同一件事物在不同时间具有很大的性质上的差异，也就是说，在某一特定时间段，信息才可体现出其自身价值和意义[2]。对传统的广播来讲，新闻的生命力即新闻信息所具有的真实性以及时效性，只有同时具备这两种基本因素才可有效地吸引广大听众的关注。而在新时代背景下，相比于新媒体，广播信息传播速度明显有待提升。由于广播信息要经过多道程序，包括制作采集和审核发稿等程序，这一过程需耗费较多的时间，时间一过，新闻极可能失去原有价值[3]。再加上，人们已运用了较多的信息技术成果，因此对新闻资讯提出了更高的要求，同时在传播信息的时效性方面，也给传统广播带来了非常大的压力[4]。2016 年的 2 月，我国总理考察宁夏时，微博和微信几乎同步于新闻事件传播，而相比于新媒体，传统媒体报道新闻的时间极其滞后[5]。在广播信息发布前，人们就已从微博和微信上获知了消息，新闻已成旧闻，信息发布后的效果已大打折扣，很难达到应有的社会效应。以往广播传播信息相对快速，但现在的新媒体已逐步地取而代之[6]。

1.2 广播节目的原创性较差

传统广播有极强的地域性，其发展的核心方向即始终坚持原创，同本地实际相结合，只有这样才可给节目注入新鲜的活力，才能吸引观众的注意力。但在互联网的背景下，信息大量扩充，原创慢慢成了一种形式语言，在行业中照抄或照搬他人的现象已见怪不怪。无论是娱乐性质的节目还是服务专题类的节目，当受众热捧什么类型节目时，这一类型节目就会为其他节目所模仿，甚至抄袭。虽然模仿的节目可一时吸引受众的眼球，但因其缺乏原创作品支撑，最终只会落得半路夭折的命运。比方说很多主持人在主持节目之前，都会借助网络搜索和拼凑、整理编辑相关资料来制定广播节目文案，而后向受众传播，有些主持人会添加自己的见解于文案中，但更多的主持人会选择照抄照搬。而受众显然不会关注这样的内容。要想打造传统广播的品牌效应，更好地宣传地方特色文化，就应坚持原创，只有这样才能够更好地应对新媒体的冲击，牢牢地占据自身不可取代的地位[7]。

2. 互联网影响下传统广播的创新发展

传播广播在发展中应把握互联网这一机遇，深度融合新媒体以及广播，着手拓展渠道和运营平台以及内容，促进资源共享，真正实现一体化发展。

2.1 对海量信息进行汇集

当前，人们生活中不能缺乏的重要资源就是信息，信息已获得了广泛地应用，特别是在互联网的背景下，不管是广播媒体的信息来源还是信息渠道都趋于多元化。比方说，媒体融合的生产平台可借助信息收录和微博获取、用户爆料和微信采集、外场回传和网络抓取等手段方式聚合大量信息并呈现出来。除了可使广播信息资源得以丰富，还便于用户对所需内容和有价值的内容进行挑选。可以说，大量的信息给广播节目的制作所提供的内容是极为丰富的。当前很多广播节目就是从自媒体内容当中取材，不仅确保了时效性，还可基于此进行创新，从而吸引受众的关注[8]。

2.2 传统渠道的多元化

传统广播以往所采用的传播模式是无线电波发送方式，这一传播方式的发射功率以及发射波段可对覆盖范围产生直接影响。但在新的时代背景下，移动终端使广播传播渠道得以拓展，传播形态趋于多元化，网络电台和广播网站、电台客户端和微电台以及微信电台相继出现，这些新媒体具有着微型化以及社交化的特点，可打破广播时间和地域的限制，让广播节目拥有更大的生存空间。

在互联网的背景下，传统广播可从以往单向传播转变成双向以及多向的互动式传播，而这些传播方式，可确保广播传播效果，并能弥补广播传播时的不足。一般而言，受众可结合自身需求和兴趣进行点拨，收听方式可选择碎片化和场

景分类收听。与此同时，广播电视台也可根据用户的收听兴趣和习惯以及收听的历史记录，给其推荐相应的节目，这样不仅能够确保服务功能的发挥，还能够提升受众的满意度。

2.3 使受众的多样化需求得以满足

在互联网的背景下，广播节目的受众除了有传统广播节目的受众，同时也有在线收听的受众，在收听时，还可通过微信平台以及短信平台同节目互动。一般而言，广播听众借助新媒体同节目的互动，能够起到再次传播的效果，扩大节目的影响力。比方说，节目可通过微信公众号这一窗口同受众互动，了解受众的各种需求，并尽可能地予以满足，适当地组织一些线下活动，这样的方式可紧密地结合线下线上，活动参与人群再通过微信公众号了解到更多关于节目的信息和活动，从而成为固定的节目受众，继而推动传统广播节目的可持续发展。

3. 传统广播今后的发展趋势

3.1 内容为王

在融合互联网和广播这一过程当中，极易让广播陷入忽视内容重视形式的误区，也就是说在进行融合时，很多广播节目太过于注重传播的方式形式，却不重视制作的内容，一旦出现这种情况，很难保障节目的质量和效果，从而致使听众流失。从实质来讲，广播最为核心和本质的东西就是内容，不管怎样定位产品都无法改变这一事实，所以应把内容当做核心，衍生出融合于新媒体的面以及点，扩大以及延伸互动范围，确保更为精细、精准化的广播服务，满足受众的个性化需求。

3.2 有效地结合图文以及音视频

传统广播的发展融合拓展了更大的市场产业，让广播互联网这一生态圈形成了良性循环。曾有一家广播公司的音乐总监说过，在平板电脑和智能手机等电子设备当中融入广播节目，是广播行业首要考虑的事。还有人曾表示，今后有力的广播发展推手即科技以及视频。当前广播音频信息可拓展成视频和图形、文字和数据等形态，将多元化的服务提供给受众。比如，福建的一档广播节目，针对火爆网络这一现象进行了相关探讨，因其巧妙地融合了视频和图片等传播方式，吸引了广大受众的注意。还有些地方的广播节目，根据本地的旅游圣地和经典组织了特色节目，受众在微信平台上回复旅游景点，就可获得一定额度的门票优惠。此外，很多受众可借助相关的客户端对广播节目进行收听，并能够直观地看到主持人及其所在的直播间，通过结合图文以及音视频，能够让受众产生一种身临其境之感。

3.3 获得更大的社会效益和经济效益

广播媒体策划团队的实力毋庸置疑，在实际中，其可对线下的公益性活动进行策划，履行社会职责。在组织活动的过程中，可邀请知名的嘉宾，也可通过手机客户端和宣传彩页、条幅和现场海报加大宣传的力度，扩大节目影响力以及知名度，为创造经济效益打下基础。广播节目可结合有较高关注度的公益活动，打造公益以及品牌节目的模式，拓展市场，这样更易于受众接受。比方说宁夏所组织的“我家有棵有机苹果树——关爱移民学校学子”这一公益活动，不仅促进了绿色食品的发展，还给居民和学子提供了充足的资金。

3.4 中央厨房模式

以中央厨房的主线为内容传播生产，除了可给传统子媒体提供服务，还能够使多方资源聚拢，构建更为优质的公共平台，形成一股发展的合力。作为技术平台，“中央厨房”的技术系统旨在让所有的新闻线索、选题策划、传播效果、运营效果都有数据支撑。中央厨房中汇集了微博、微信和各大媒体客户端、网站和报纸的人员，由核心指挥区进行统一指挥以及调配，生产并加工全媒体的新闻产品，产品均送入统一的新闻稿库，而后联动其他板块大数据，从而使用户的在线访问需求以及存储检索资料需求得以满足。对物联网来讲，中央厨房仅是小项目，在今后，将会掀起信息产业的新高潮，其作用必然会超过互联网应用。广播在获取信息时可借助互联网的平台，而后整理发送给子平台，不仅可使时间成本得以减少，还可确保更为精准和快速地传播内容。

4. 结束语

总而言之，时代不断在进步、发展，不管哪行哪业，唯有靠拢互联网，才能够有所创新、有所发展。所以在新的时代背景下，要想扩大自身的影响力，传统广播必然要依附互联网，逐步拓展产业和市场，保障节目的整体效果。媒

参考文献

[1] 吕新丽 .“互联网”时代广播生态圈的优势坚守与融合重建 [J]. 新闻研究导刊，2016，7（16）：92.

[2] 张文星，吴志超 .“互联网”背景下传统广播发展路径研究 [J]. 新闻研究导刊，2015，6（17）：177.

[3] 邝瑶 . 融媒体时代传统广播发展路径变革与前景探析 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（12）：294-295.

[4] 梁湘梓，欧阳宏生 . 论互联网时代“广播”的创新模式 [J]. 湖南师范大学社会科学学报，2016，45（4）：149-154.

[5] 曹寅，杨嘉琪，何心杉等 . 传统广播在全媒体时代的创新发展探析 [J]. 新媒体研究，2017，3（4）：61-62.

[6] 申启武 . 坚守与突围：广播媒体融合发展的战略选择 [J]. 现代传播，2017，39（5）：6-11.

[7] 黄宜万 . 移动互联网广播与传统广播覆盖特点分析及广播发展趋势思考 [J]. 广播与电视技术，2015，42（2）：32-34.

[8] 王星 . 浅析传统广播台“互联网 ,”的融合特色 [J]. 今传媒（学术版），2016，24（8）：83-84.

（作者单位：山西省大同市阳高县广播电视台）

自媒体行业的现状分析与发展趋势思考

摘　要：时代的进步和信息的发展极大地改变了媒体行业的传播方式和传播途径。本文从实际生活入手，分析了自媒体行业的现状，然后运用 SWOT 分析方法分析了自媒体行业的优势、劣势、机会及困境。希望通过对自媒体行业的分析最大限度发掘自媒体传播信息的功能。

关键词：自媒体；现状分析；发展趋势

中图分类号：G203　　　文献标识码：A

文章编号：1671–0134（2017）10–031–02　　　DOI：10.19483/j.cnki.11−4653/n.2017.10.008

文 / 何憬怡

1. 自媒体的概念

自媒体又称“公民媒体”或“个人媒体”，是指私人化、平民化、广泛化、自主化的传播者，以现代化、电子化的手段，向不特定的大多数或者特定的单个人传递规范性及非规范性信息的新媒体的总称。传统媒体行业是由专业媒体机构所主导的，有着相对的官方性与专业性，人们只能单向地接收信息，例如在电视里看新闻，广播里听调频，“看”与“听”是“有去无回”的。但在自媒体行业中，人们可以随时对时事发表自己看法，像微博底下的评论，微信公众号的留言等等，接收后给予一定反馈和互动。

2. 自媒体行业现状

现如今，人们对信息的接收不再满足于以往的单向接受状态，希望参与到一些社会热点事件、政策的讨论中，双向信息传播的自媒体也由此开始流行。微信、微博、今日头条等自媒体在近几年快速发展并且趋于移动端化，使得自媒体的传播变得更加快捷便携。而随着互联网的发展，自媒体的载体也从以往的文字类向直播、短视频等形式发展，形成自媒体“双向化”“去中心化”和“多元化”的格局。

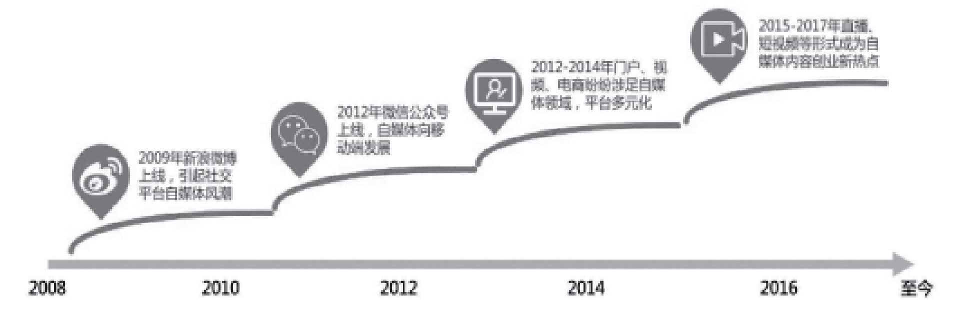


图 1　国内自媒体发展历程概述

3. 自媒体行业的 SWOT 分析

下面我们使用 SWOT 分析法，即从自媒体行业的优势、劣势、机会以及困境四个角度分析自媒体行业。

3.1 优势

3.1.1 更“亲民”

电视、报纸等传统媒体需要多向专业性的知识更多，无疑是一个“高门槛”的行业。而自媒体的出现大大降低了媒体传播的“门槛”高度，每个人都可以利用互联网来表达自己的观点，让“旁观者”转变成为“当事人”。各行各业都可创建自己的自媒体。

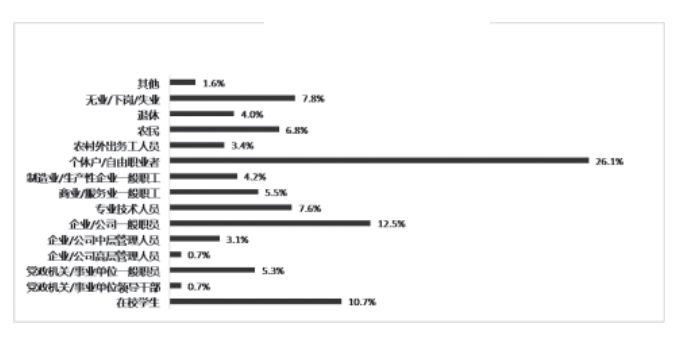


图 2　互联网新闻用户职业结构

同时每个人都能在自媒体平台上随时看到别人发表的文章、图片、视频、音频等。不同类型的素材能符合不同人的爱好，使得人们之间的社交网络变得更广。此外，在看报纸时若想在杂乱无章的文字中快速找到自己感兴趣的内容，是十分繁琐的。但在浏览自媒体时，像微信公众号，能够很容易地搜索到想要的内容，并且可以收藏保存，更为人性化。

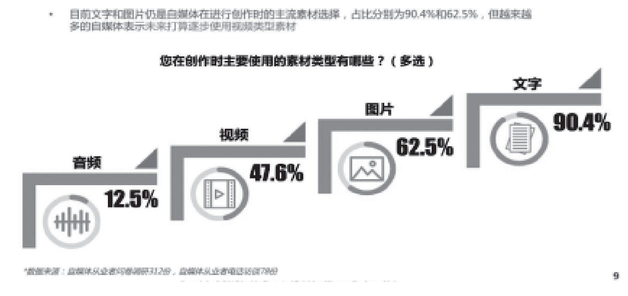


图 3 自媒体素材搜集类型

3.1.2 传播快

某个事件一出，自媒体者便可以快速分析，比起新闻联播的定时定点播报更为快速。“即时性”在微信，微博上体现更明显，数学上的“六度空间理论”——任意两个陌生人之间最多通过六个中间人就能相互认识，朋友圈、微博里的相互转发使得关注人数越来越多。信息传播速度比起官方媒体的单一分析、单一平台发表要快得多。

3.1.3 内容专业

由于国内行业众多，专业性较强，传统媒体人在报道相关行业消息的时候，如果不具备一定的专业知识会使得传播内容出现较大的偏差。自媒体背景多元化，平台上具有较多的行业内部从业人士，其经验和知识结构都比媒体记者更强，由他们传播、讨论的内容也会变得更加专业。

3. 2 劣势

3.2.1 可信度低

网络自媒体的数量庞大，其隐匿性给了网民随心所欲的空间，有的自媒体过分追求点击率而忽略了新闻的真实性，例如“UC 震惊部”等。这些“标题党”降低自身的道德底线，用夸张、耸动的文章标题来吸引网友。而这种现象会产生“狼来了”的结局，可能会导致大众对自媒体不信任。

3.2.2 法律不规范

尽管现在政府出台了一些网络管理的政策，限制敏感词汇的搜索，但还是会有监管不到的地方。在微信朋友圈中经常会有一些“触目惊心”的词语及视频，如果不是别人举报，也不会存在法律上的制止。所以如何在法律上对自媒体进行规范与引导，迫切需要全社会来共谋良策。

3. 3 机会

3.3.1 国际化

从图表 4 可以看到，海外资讯占比 72.1%。随着生活水平提高，人们对海外资讯的关注越来越高，笔者也在微信上订阅了一对跨国小情侣的公众号，通过他们的视频了解到了一些中西文化的差异，开拓了我生活上的视野。

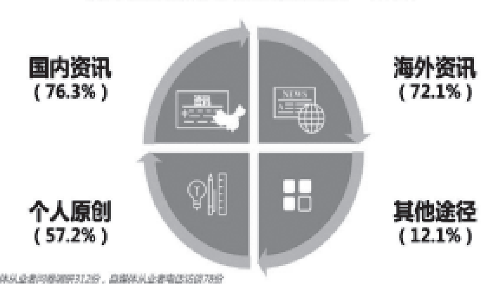


图 4 自媒体搜集素材的来源

3.3.2 智能化

在打开自媒体客户端时，像 QQ 音乐、腾讯新闻，它们会根据你平时所听所看的喜好，相应地推送出你可能感兴趣的内容，在此方面比起传统媒体的大众化，自媒体在未来也能够变得更为智能。

3. 4 威胁

3.4.1 内容

自媒体的内容可持续性差，时效性不高，绝大多数人看完一遍后不会再次关注了。为了适应社会的发展趋势，自媒体需要及时更新热点事件，同时还需进行创新，防止同质化问题严重。

3.4.2 用户

内容问题容易导致用户审美疲劳，但是为了吸引新用户、维持自媒体的活跃度，就会有像上文所说的“标题党”存在，如此以往的恶性循环会让人们对平台失去信任。

3.4.3 平台

自媒体主要是借助平台来快速发展，在单一平台上发展不够迅速，若想多平台快速发展容易涉及到平台的版权问题，这就导致自媒体会被平台限制。更严重的说，若此平台被另一公司占有，很可能导致平台上自媒体“消亡”。

3.4.4 商业模式

自媒体对于商业的发展仅局限于打赏和广告代言，现如今苹果与微信协调不妥，关闭了微信的打赏功能，阻碍了一条“吸金”道路，可见商业模式过于简单，不利于自媒体的长远发展。

5. 总结

通过 SWOT 模型对自媒体的分析研究发现，尽管自媒体的发展存在一定的劣势与困境，所传播的信息有一部分不够规范、严谨，但其优势与机会还是很可观的，使其整体处于一个上升趋势，所以自媒体行业会有一个很不错的发展形势。媒

参考文献

[1] 代玉梅 . 自媒体的传播学解读 [J]. 新闻与传播研究，2011（5）：4-11.

[2] 中国互联网络信息中心 . 第 38 次中国互联网络发展状况统计报告 [J]. 互联网天地， 2016（6）：71-89.

（作者单位：中国人民大学附属中学分校）

传媒就近转型探索：智造信息服务价值

——基于比较优势的重新定位

摘　要：在新闻生产过程中，传媒业积累信息处理能力，形成了比较优势。在信息过载时代，社会产生了对信息、数据加工分析的需求，如大数据分析。本文探讨了传媒业能否利用这种比较优势，在移动互联网、大数据背景下，重新定位信息服务价值，以信息智能化处理实现就近转型，扩大收入来源。

关键词：传媒转型；服务价值；商业模式

中图分类号：G206　　　　**文献标识码**：A

文章编号：1671-0134（2017）10-033-02　　　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.009

文 / 方　珞　姚启慧

对新闻生产者而言，这是一个最好的时代，也是一个最坏的时代，移动互联网已经革新传统传播渠道，传统媒体正在渠道重构，新媒体对它正加以充分利用；位于新闻现场的智能手机的持有者，第一时间举起手机发布事件动态；智能机器人开始写新闻，一定程度上将替代职业记者的复杂劳动；新闻的消费者，由信息饥渴转变为信息过载。

1. 从新闻生产到信息智造，探索就近转型

在 2017 年 7 月举行的“第十二届中国传媒年会”上，南方报业传媒集团副总编辑、南方舆情数据研究院执行副院长曹轲表示，报纸跟所有传媒一样，有舆论的引导能力和传播能力，但是缺少的是服务能力。

曹轲认为，增加内容的生产能力或许真正符合新媒体时代需求内容的能力，不仅包括原创，也包括来自于数据、分析、运营等方面。南方舆情经过三四年的发展，从 2000 名记者中选出了 200 名培养成分析师，通过舆情预警、舆情研判、舆情应对、舆情培训、决策咨询、数据分析 6 项传媒服务，为各行各业提供智力产品和智力服务。

新闻生产向哪个方向转型能将比较优势发挥出来？正如制造业正在经历转型一样，新闻生产也可以智能化转型，简言之是：信息智造，提供服务价值。

信息智造，不是简单的信息加制造，而是对无边界大数据的掌控。它是把原始的、杂乱无章的信息变为“智造”后的有门类的、有功能的信息再生产过程，包括信息收集、合并、翻译、整合、分析、分销、传输到终端用户的全过程。尽管，有科学家认为“万物皆信息”，但信息智造并不是智造万物。而是根据市场需求与自身能力，来选择品种，以满足用户的小批量、多品种、个性化要求。

信息智造，其核心是解决用户在使用信息过程中所出现的各种问题，实现服务价值。信息爆炸时代，应该解决信息超载问题，媒体做的数据挖掘与分析，就超越了传统新闻生产。

类似于南方报业传媒集团的经验，新闻生产者从过去处理新闻信息的经验中积累了比较优势，他们从事信息智造的成本低、效率高。因此，从新闻生产到信息智造是，基于比较优势的就近转型，为用户提供大数据分析服务是方式之一。这种转型意味着，过去媒体代表读者或观众去采访新闻，因为新闻专业分工，现在媒体可以成为组织或个人的信息助理，因为信息智造的专业分工。

2. 智造可供决策的信息，提高服务价值

“顾客不是要一个钻头，而是要一个洞”，这是市场营销的名言，顾客也不是要大数据分析，而是要分析帮助决策。从顾客价值出发，媒体的转型方向，就是信息咨询服务，提供可供决策的信息，甚至帮助顾客形成决策。

从 58 同城、赶集网、大众点评网这些互联网企业，我们都可以看到“媒体的灵魂”，他们在为顾客提供信息服务。媒体就近转型是否可以向他们借鉴？

信息过载，就导致了信息分类、信息收集、信息分析、信息真实性判断的需求，解决这些问题，可以提高媒体的服务能力。此外，全球化的趋势，又呼唤多语言服务能力配套，我们有时需要对全球信息收集、分析、加工等等。

解决信息收集问题。互联网上遍布消费者口碑，但杂乱无章。口碑是一种信息，能够改变购买决策，然而查看口碑费时费力。去粗取精，去伪存真的专业信息在哪里？如，大众点评网用户提供商户信息、消费点评及消费优惠等信息服务，是帮助用户收集信息。无论是传统媒体还是新媒体，都可以利用自身品牌背书能力，为用户提供信息收集的服务。

解决信息分析问题。媒体应用舆情大数据分析，服务客户是这方面的典型案例。信息分析可以得出新的信息和结论，其客户价值不言而喻。

据第一财经网站，从 2015 年 12 月发布的一组“中国消费趋势报告 2015”，到 2016 年 4 月 13 日最新一份“2016 进口食品消费趋势报告”，成立不到半年的 CBN Data（第一财经商业数据中心）已经陆续发布了 70 多份行业数据报告。SMG 与阿里巴巴资本合作后的合力效应，正在通过“数

据＋战”略逐步显现。

对于准备进军“一带一路”沿线国家或地区的中国企业来说，需要相关国家的人口统计信息，以便做市场分析。他们也可能直接购买某些咨询公司的市场分析报告。媒体利用自身优势，能否就近提供这样咨询服务？

解决信息分类问题。信息分类可以让用户快速找到自己需要的信息，但用户自己没有工具和时间来分类。报纸曾经有过火热的分类信息广告，家教、租车等，半张身份证大小的广告刊登在一张都市报后，广告客户可以接到上百个问询电话。

后来互联网分类信息网站，就对这种分类信息广告取而代之，这其中就产生 58 同城、赶集网等，分类信息网站也获得丰厚的回报。信息分类节省了用户获取信息的时间，对客户有价值。

解决信息真实准确问题。决策信息首先必须真实准确，不然正确的决策程序也会导致错误的结论。信息需要核实、核实、再核实，代表用户核实就在创造用户价值。传统媒体，特别是央媒，具有无可比拟优势，追求真实准确，带来了权威性和公信力。

新华社让读者对新华社的微信公众号产生了信赖，这是一种品牌背书。同时，新华社微信公众号也能解决读者对信息准确性的需求问题。

解决多语信息沟通的问题。面对全球信息，信息多语言翻译为客户再多提供一种价值。“一带一路”方面的大数据分析信息可提供市场决策服务，此时就要需要多语言服务配套。媒体在“联接中外、沟通世界”，“讲好中国故事，传递中国声音”过程中，也必然会遇到此类需求。湖北日报传媒集团旗下的《特别关注》英文版杂志于 2016 年创刊。之后，不断有客户提出信息翻译，并形成媒体产品的需求。2017 年 10 月 28 日，中欧班列开通武汉至法国杜尔日直达专列，新华社发布中、英、法、阿、俄五种语言的新闻报道，这些均能形成服务能力。

收集、分析、分类、求真、翻译等方式，媒体曾经都不同程度为消费者提供过服务，如今需要更加专业化、系统化的改进，创造信息使用新体验，可以说，这是基于传媒比较优势，在互联网、大数据背景下的重新定位。

3. 信息服务能力提升，需商业模式随之而变

在移动互联网时代，媒体信息服务能力增值，还需要商业模式随之而变。互联网上大量信息是免费的，免费也成为互联网时代的典型商业模式。

360 杀毒软件是免费的，还曾在广告中宣传“永久免费”。奇虎 360 董事长周鸿祎在《周鸿祎自述我的互联网方法论》中说，“360 不是靠卖杀毒软件挣钱，而是靠免费的杀毒得到了海量用户基数。直到今天，360 依然不挣钱，都是在赔钱。当因为我们向用户推荐使用 360 浏览器，也拥有了海量用户基数。而在浏览器上，我们建立了导航、搜索、网页游戏等业务，所以今天 360 一年几十亿的收入不是靠杀毒卖出去的，而是靠浏览器平台做出来的。”

微信、微博、网上新闻信息几乎都是免费的，这迫使传统新闻生产的工业化思维，向互联网思维转变。由此建立新的商业模式。和奇虎 360 公司、腾讯公司一样，大量互联网公司用免费的方式获得海量用户基数，在此基础上，通过增值服务，将部分免费用户转化为收费用户，获得收益。在海量用户中，总有一部分用户对价格不敏感，又有更高级需求，可以用增值服务来满足。

传统媒体的“内容＋广告”在互联网上并没有消失，“腾讯大楚网”，仍然还有沿用这种模式获得收入。如今“内容＋广告”模式正在向“信息＋导游”模式转变，用户免费看信息，导入一个新的电商网站。即便是微信“朋友圈”里一个信息，后面经常就有广告或者电商网站的链接。现在很多新闻类网站，也在这方面尝试，将用户资源转化成“导游”收入。

大众化信息免费，个性化定制信息收费也可尝试。正如用户网上看视频，标清版免费，高清版收费一样，那么信息就要分层：完全免费的信息，免费但是带有广告的信息，收费而去掉广告的信息。收费的信息，又可以根据信息对决策的参考作用大小定价。

信息连接用户，为用户提供服务，信息免费，相关服务可以收费。大众点评网上，顾客免费获得质量评价的信息服务。他们也是该网团购、餐厅预订、外卖及电子会员卡等 O2O（Online To Offline）交易服务的潜在客户。与之类似，多家报纸的发行公司正在向物流公司转型，进入社区，配送大米、食用油等。这相当于，过去报纸信息带来订户，变成物流服务的客户。当我们信息服务能力提高以后，所获得的用户，当然可以再开发。

4. 结语

从新闻生产到信息智造服务咨询的就近转型，是一个系统工程，系统需不断完善，不断根据环境改变而进化，才能满足用户需求。向信息智造服务转型，如何差异化创造客户价值，需不断思考，在用户沟通中持续改进。媒

参考文献

[1] 詹姆斯・格雷克 . 信息简史 [J]. 人民邮电出版，2013（06）.

[2] 伯纳德・利奥托德，马克・哈蒙德 . 大数据与商业模式变革：从信息到知识，再到利润 [J]. 电子工业出版社，2015（11）.

[3] 周鸿祎 . 周鸿祎自述：我的互联网方法论 [J]. 中信出版，2014（09）.

[4] 斯特林 . 大众传播的革命 [J] 中国人民大学出版社，2014（28）.

[5] 杜一娜 . 聚焦媒体深度融合与大数据 想成主流数据中心不可少 [J] 中国新闻出版广电报，2017（7）.

（**作者单位：**湖北日报传媒集团）

试论新媒体环境下报纸新闻传播的变化与趋势

摘　要：在我国信息网络化发展的推动下，我国的媒体形式逐渐发展变化，我国逐渐步入了新媒体时代。在新媒体环境下，传统的媒体传播形式受到了严重的冲击，而报纸新闻传播形式是其中受冲击最大的。那么，为了能够实现在新媒体环境下发展，就需要我国的报纸新闻传播深度分析其在新媒体环境下的变化与发展趋势，从而让报纸新闻传播能够更好地把握住新媒体的优势，更好地实现传播形式的转变，寻求新的发展方向，实现可持续发展。

关键词：新媒体环境；报纸新闻传播；变化与趋势；具体措施；

中图分类号：G210　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-035-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.010

文 / 张晓黎

前言

随着我国网络化科学技术的进一步发展，新媒体逐渐形成与发展起来。新媒体已经逐渐成为了我国当前的主流媒体。在一定程度上，新媒体改变了传统的受众地位，社会信息形态逐渐发生了转变，实现了新生的资源共享性质的媒体传播。这种全新的媒体环境给我国的传统媒体带来了众多发展性问题。虽然新媒体对于传统媒体带来了巨大的冲击，但并不意味着传统媒体将被新媒体所取代，而是给予传统媒体一种警示的作用，进一步推动传统媒体在新时期的发展。那么，对于我国的报纸新闻传播媒体来说，面临着新媒体环境，唯有实现发展性突破，才能够实现进一步的发展。因而，需要进一步分析在新媒体环境下报纸新闻传播的变化与趋势，深度挖掘其内部存在的问题，把握住新媒体环境带来的机遇，探究相应的应对策略，从而实现新时代的报纸新闻传播媒体融合发展。

1. 综合分析新媒体

1.1 新媒体的优势

在我国网络化信息技术日新月异发展的推动下，新媒体逐渐形成并发展起来。在一定程度上，提升了媒体传播的力量，拓宽了媒体传播的渠道，进一步推动了媒体事业的新发展。新媒体在传播形式上，具有着较为丰富的多样性优势。这是传统媒体无法比拟的，尤其是传统的报纸新闻传播无法超越的。对于新媒体的多样性传播，主要体现在对图像、文字、音频、视频等，能够实现集中的展现，不再像报纸新闻传播那样单一化的传播。同时，新媒体还能够以现代化的技术为支撑，实现强大的媒体资源共享体系，极大地拓宽了媒体传播的渠道与力度。在媒体内容上，具有着较为广阔的涵盖面，能够极大地满足受众的各种个性化需求，为受众提供更加便捷的媒体服务。除此之外，新媒体重视受众的体验效果。为了切实地满足受众的新闻要求，利用多种信息化网络技术，及时检索新鲜的新闻内容，并采用现代化的制作技术，打造出最为精品的新闻内容，从而提升了媒体传播的实效性和媒体内容的质量，实现能够切实满足广大受众各类需求的新时代媒体环境。

1.2 新媒体的劣势

虽然，新媒体具有着许多的优势，引领着我国新的媒体时代，但是，其自身还是存在着一定的劣势。由于新媒体具有着较强的开放性，导致出现较低的新闻报道门槛，这对于新闻信息内容的真实性会产生一定的负面影响。同时，由于新媒体约束媒体信息传播的力度过小，一旦出现虚假性新闻内容，无法做到实时控制，受众会对假新闻内容产生误读或者误解的情况，无法看到新闻事件的本质。而随着这些假新闻传播的范围逐渐扩大，导致受众对新媒体新闻内容真实性的出现持怀疑态度，严重影响媒体传播的权威性，制约新闻媒体事业的可持续发展。

2. 在新媒体环境下报纸新闻传播的变化

2.1 在传播主体上

传统媒体时代下，企业组织、社会团体与政府机构是其主要的媒体信息源。通讯员与新闻媒体记者，要进行新闻信息内容的采集与制作。虽然许多新闻媒体设立了相应的媒体专线，将新闻记者的联系方式公布于众。但是，从新闻媒体信息内容采集的数量上看，还是处于采集率低、内容较少的状态。而在新媒体环境下，新闻媒体传播不再是单一化的主体形式，它们可以借助现代化信息网络的功能优势，通过相关 APP 平台、BBS、手机、微博、微信等手段，进行新闻信息内容的传播，有效地检索热点新闻。从而实现了与传统新闻媒体截然不同的媒体传播动态。在传播主体上，逐渐由原有的职业新闻媒体工作者向着社会公众共享化转变，形成了多元化的媒体传播主体。而新闻媒体逐渐成为了大众化的新闻媒体，受众也可以充当传播主体，将身边的新闻发布在共享的 APP 平台内。这在一定程度上，实现了新时代的新闻媒体共享体系，提升了民众在新闻传播中的占有率，让新闻媒体与受众之间的距离逐渐缩小。

2.2 在组织结构上

虽然，在行政管理与相关体制的束缚，报纸新闻在新媒体环境下实现了结构的改革，也取得了较小的成效，但是，随着新媒体范围的日益扩大，报纸新闻只有有效地运用网络化信息技术，实现报纸与网络的双向融合，改革新的报纸新

闻传播形式，建立全新的传播机制，才能够在新媒体环境下实现新的发展，在组织结构上实现以新媒体网络为基础的进一步调整。在具体的工作流程上，实现新闻媒体资源的融合，形成强大的共享资源体系，从而让受众能够在广阔的新闻媒体资源内实现自主性选择，极大地满足广大受众在新媒体环境下的新要求，给受众提供最优质的新闻媒体服务。

2.3 在传播方式上

媒体的功能性，在我国网络化信息技术的推动下，实现了进一步的融合。在采集与发布新闻信息内容时，实现了多样化的手段与形式。在传播方式上，实现了听说读写相结合的集中化组合，有效地将多种媒体终端相结合，实现更为多元化媒体传播方式。以广州日报为例，它的滚动新闻部逐渐把网络媒体的互动性与实效性优势与报纸的公信力、采访力相融合，从而构建起了新的新闻媒体公众平台。在实际的工作中，广州日报的滚动新闻部，不再是单纯的依靠采访进行新闻素材的采集与制作。而是通过利用网络化媒体的功能优势，实时对最新的新闻进行检索。同时，新闻信息内容进行整合，形成新型的立体化全方位新闻报道。通过这种传播方式，新闻媒体能够有效地掌控最新的、最全面的新闻信息内容，寻找到最适宜自己的新闻信息内容。

除此之外，众多的新闻媒体根据自身对新闻产品的要求实现优势互补，构建起强大的新闻媒体产业链条，形成一个强大的新闻媒体网络化系统，推动新闻媒体在新时期的发展，将新闻媒体打造成大众化新势力新闻媒体，极大地满足受众的个性化需求。

3 探究报纸新闻传播应对新媒体环境下趋势及具体措施

3.1 实现传播渠道的整合

在新媒体环境下，报纸新闻传播，需要利用现代化的数字技术，实现发展性的转型，才能够在日益激烈的竞争下谋求生存与发展。报纸新闻传播，其内在的功能优势就是生产能力。但是，在如今的新媒体环境下，要想依靠单一化的传播渠道，是难以促使报纸新闻传播的功能优势发挥出来的。因此，唯有实现传播渠道的整合，进一步拓宽报纸新闻传播的渠道，才能够给予报纸新闻传播足够的空间，拓展自身的功能优势。同时，报纸新闻传播还需要打破以往的工作模式，要结合新时期的媒体传播新鲜元素，善于利用现代化的信息与媒体手段，提升新闻内容的采集与整理效率，建立起强大的新闻媒体大数据库，高效地整合一切新闻媒体资源。根据受众的个性化需求，进行新闻媒体内容的订制服务，打造出个性化的新闻媒体产品，极大地吸引受众的注意力，从而带动报纸新闻传播在新媒体环境下的发展。

3.2 策划出最具创新意义的新闻报道

新闻报道内容，无论对于传统的新闻媒体来说还是新媒体来说，都是最为主要的。尤其是在当前的新媒体环境下，报纸新闻传播要想实现需求新的发展，势必要提升新闻报道内容策划的创新能力，提高报纸新闻策划内容的媒体价值。在进行新闻内容策划与制作时，应当善于把握现代的新鲜元素，了解受众所关注的热点问题，对新闻报道的界面进行创新的策划制作，让受众在视觉上感受到全然不同的效果，极大地提高所报道新闻内容的吸引力。

3.3 注重互动分享

在新媒体环境下，Web2.0 逐渐发展起来，打破了以往新闻媒体被媒介操控的局势。互动分享，会逐渐成为新闻媒体的发展趋势。因而，在这种发展趋势下，报纸新闻传播需要切实地把握住这一发展趋势，有效地实现全民参与共享式的报纸新闻传播形式。把报纸新闻媒体与群众的力量相结合，实现大众阿虎的新闻媒体传播途径，提升受众对新闻媒体传播的参与度。利用网络化信息技术，如微信公众平台、微博、社交 APP、贴吧、Web2.0 等，构建起全民参与互动的新闻媒体传播平台。给予受众充分的话语权，让受众体验新闻媒体传播角色，参与到新闻媒体内容的报道中。同时，在此基础上，各方政府性机构需要进行辅助性的制度管理。防止不良社会信息内容在公众新闻媒体传播平台上发布，不给不法分子可乘之机，维护好新闻媒体良好的网络化环境，促进新媒体环境下报纸新闻传播实现新的发展。

4. 结语

综上所述，在新媒体环境下，报纸新闻传播面临着发展性的变化与趋势。为了能够更好地实现新的发展转变，就需要报纸新闻传播结合自身与新媒体的功能优势，善于把握现代化的网络信息技术与资源，实现新闻媒体资源的优化配置，实现全民共享的大众化新闻媒体，从而推动报纸新闻传播整体结构与形式的转变，向着新的发展方向不断迈进。媒

参考文献

[1] 张伟 . 新媒体环境下报纸新闻传播的变化与趋势 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（05）：190.

[2] 安安 . 新媒体环境下报纸新闻传播的变化与趋势 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（04）：100.

[3] 徐晨 . 新媒体环境下报纸新闻传播的变化与趋势 [J]. 新闻研究导刊，2016，7（02）：133.

作者简介：张晓黎（1978-），女，吉林长春长春日报社经济新闻部副主任、主任记者，大学本科。

（**作者单位：**吉林长春日报社）

互联网思维下传统媒体的融合发展

摘　要：随着互联网时代的到来，我们的生活也在不知不觉中改变着。在媒体行业，凭借着互联网技术的运用，新兴媒体的出现是媒体行业巨大的变革，新兴媒体发展迅猛，促使传统媒体调整发展思路。党和国家明确指出，传统媒体要与新兴媒体融合发展，从而使媒体发展达到更好的状态。本文就是探究传统媒体的现状以及其在互联网思维下该如何融合发展。

关键词：传统媒体；互联网思维；融合发展

中图分类号：G209　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-037-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.011

文 / 汪文婕

随着科技的进步、信息化时代的到来，形式多样的数字媒体不断的产生并且影响着人们的生活。这些新媒体，通过知识的相互渗透与共享给人们带来了巨大的便利，方便了大众信息的获取与使用。在这种形势下，传统媒体必须转变思维模式，探究传统媒体从如何在新媒体发展迅猛的情况下持续健康发展，未来才有出路。

1. 互联网思维及对传统媒体的影响

互联网思维不是简单的运用网络的思维，而是在互联网技术的支撑下服务大众的思维方式。其实这种思维模式在生活中并不少见。在互联网技术的支持下，人们可以免费在网上了解非常多的东西，或者说在网络上得到很多免费的服务。用户可以在互联网的支持下，得到免费的体验，然后再进行消费。这样一来，用户的消费习惯就会慢慢地改变从而达成一种新的习惯。这种新的习惯就是依赖互联网技术提前得到便捷的服务。互联网思维的特点：首先，在服务对象方面秉承用户至上的观念。在这种情况下，不同用户都得到了充分的照顾与服务。购买产品的用户，从开始挑选产品一直到购买到产品都会享受到优越便捷的服务，而那些并不购买产品的用户，则是可以通过互联网技术得到其他免费的服务。这样一来，在互联网思维模式之下，提供服务和销售产品就与用户建立了一个长久的关系。在用户体验方面，由于得到互联网信息技术的支撑，用户可以通过互联网进行免费的体验。在互联网思维模式下，我们更加注重用户的体验。为了达到或者说是超越用户的体验需求，互联网在这方面做的可以说是无微不至。互联网技术从用户的角度来提供对产品或流程的认识。用户可以深深地感受到这些服务的价值。长久下去，用户会对这种服务产生一种依赖，形成一种消费习惯。在费用方面，这种服务模式是免费的。

互联网思维对传统媒体的影响是非常大的。随着生活节奏的加快，大众更加倾向于便捷快速的生活方式。在互联网思维模式下应运而生的新媒体已经得到了大众深深的喜爱。换句话说，传统媒体已经不能满足大众的需求。在互联网思维模式下，传统媒体发展状况受到了十分严重的影响。当然，并不是说，传统媒体没有优势存在，只是传统媒体的优势需要与新媒体融合才能更好地发挥出来。新媒体在用户体验这方面做的很好，并且凭借其信息传播速度快的优势，在大众的生活中迅速发展起来。在现在信息技术的运用下，新媒体所服务的对象都是主动和分散的用户，他们可以通过互联网因个人兴趣爱好聚集在一起，然后进行互动。而传统的媒体却无法做到这一点，传统媒体所服务的对象都是被动地等待着媒体，已经无法满足现在用户热爱表达、乐于互动的需求。也就是说，传统媒体在互联网思维下，必须要进行一定的改革与创新。

2. 传统媒体融合发展存在的问题

2.1 缺少互联网产品，不能满足新媒体内容传播的需要

传统媒体通常是以发表报道、做出期刊或者是录制节目的形式向大众传播媒体信息的。然后只是将这些信息通过互联网发布出去。这样只是将互联网作为一种传播工具，而并不是将互联网融入到媒体运作中去，用户所得到的信息都是存在局限性的。除此之外，传统媒体都是通过微博微信、手机报、移动客户端等多渠道平台推送各种媒体信息，虽然渠道广泛但是内容却都是千篇一律，无法吸引到用户。这也就是传统媒体所存在的问题，无法向用户提供满足用户需求的信息产品，用户只是被动地接受媒体传达给他们的信息，无法及时地表达他们的想法。由于传统媒体的传播耗费时间、金钱、人力，这些因素都会限制媒体信息量的扩增，从而无法满足新媒体内容传播的需要。

2.2 缺乏对用户数据分析挖掘，与用户交互和体验不足

传统媒体中信息的生产与传播都是封闭式的，缺乏与用户的互动。它只是一味地单方面地向用户推送媒体信息，没

有真正的为用户着想，满足用户的需求，用户是处于被动状态。在这样的情况下，就会缺乏对用户信息的深入了解，无法了解到用户需要什么，想要什么。即使传统媒体想要利用互联网技术开通各大平台传播媒体信息，也无法与用户建立长久持续的亲密关系。这就是传统媒体与新媒体之间最关键的差异。只有通过对用户数据进行深入挖掘，才能了解到用户真正的需求所在，并满足他们的需求。这需要搭建新型的传播平台，改变传统媒体传播的方式，从而与用户建立一种长久的互动关系。

2.3 集约化、集成化不足，商业运作模式有待创新

传统媒体的运作模式缺乏创新， 这也是其发展所存在的问题。为了跟上互联网时代的发展，许多传统媒体都尝试与互联网融合，设想通过互联网技术和手段来发展传统媒体。但是，在实质上，这些媒体传统的发展模式还是没有改变，还是局限于各自互不干扰的发展，始终没有想到要协同各种小型的分散的媒体运作单位通过互联网技术的成熟运用而进行创新发展。这样存在的弊端就是，传统媒体的发展集成化不足，没有一个统一的发展机制，而导致“融合”仅停留在表面，商业运营模式无法得到创新。

3. 发展与思考

传统媒体要向数字化进行转变就必须要注意很多方面的问题。传统媒体在互联网思维下发展可以从以下几个方面着手：首先，在发展模式思维转变方面，必须有正确的思维理念做支撑，转变以往固有的发展思维模式。这就需要传统媒体不断增强互联网意识，运用互联网思维模式对传统媒体的发展做出统筹规划。在这个过程中，传统媒体可以学习新媒体的发展理念及其运作模式、运营手段、传播方式等，将用户放在最重要的位置，引进或者培养一批能够对媒体发展有帮助的人才，为传统媒体融合发展奠定人才基础。其次，传统媒体的融合发展需要技术的建设和研发。传统媒体需要有效利用互联网技术，搭建自身新的平台、拓宽自身的发展渠道、提高自身核心竞争能力。除此之外，传统媒体的发展还要注意几个弊端。首先就是要建立用户数据库，经过大量数据收集了解用户需求，从而做到精准服务用户。其次，增大互联网产品产出量，并且要充分发挥传统媒体报道内容准确深入、分析全面透彻的优势，结合用户的需求和喜好，推送出更多优秀的产品。从而能够提高人们对传统媒体的关注度。说到媒体信息的推送，就不得不强调所传播的信息内容的质量。为了满足现在大众的阅读信息的需求，这些媒体信息内容在制作方面一定要精细，同时便于传播，利用信息技术，让推送的信息内容在声音、画面以及人物形象方面达到更高的层次。当然，信息的内容主题一定要像以前一样或者说比以前更加的深入。除此之外，信息还可以多方面、多角度地进行展示。在内容的采编、后期的制作方面一定要满足用户的需求和喜好。在信息的传播方面，可以通过各种渠道进行传播，从而加快传播速度，丰富传播形式；在平台创建方面，一定要注重所创建的平台能与用户形成良好的互动关系。将用户看做主体，用户在这些平台上不仅仅只是获取媒体信息，还可以自由发表自己的看法，同时与兴趣相投的人互动交流；在资源整合方面，传统媒体需要向一体化方向发展，要有团队协作和创新的能力。打破传统封闭的思维模式，实现各种信息与技术的共享从而提高自身核心竞争能力。

4. 结语

随着信息化时代的到来，传统媒体必须与新媒体进行恰当的融合。在融和发展的过程中，一定要发挥传统媒体原有的优势，结合新媒体发展技术，增强传统媒体的竞争力。在互联网思维模式下，传统媒体如何解决发展的过程中遇到的各种各样的问题，需要我们不断地进行探究，从而推进传统媒体向数字化发展方向进行的改革。媒

参考文献

[1] 高伟 . “互联网，”时代下传统媒体与新媒体的融合发展之路 [J]. 江苏理工学院学报，2017，23（01）：68-71.

[2] 刘保国 . 互联网思维下传统媒体和新媒体融合发展探讨 [J]. 科技传播，2016，8（10）：65-66.

[3] 鹿振林 . 新媒体与传统媒体的碰撞融合研究 [D]. 山东农业大学，2015.

[4] 隗建华 . 基于互联网模式下传统媒体与现代媒体的融合分析 [J]. 传播与版权，2015（07）：115-116.

[5] 谈黎红 . 互联网思维下传统媒体融合发展探讨 [J]. 中国广播电视学刊，2015（06）：66-68.

（**作者单位：**阜阳广播电视报社）

传统媒体与新媒体的差距与融合

摘　要：随着时代的发展进步我们已经进入了数字化时代。新媒体下，信息传播周期缩短，影响更大，信息传播的渠道也更加多样。本文通过对传统媒体和新媒体的研究分析，探索传统媒体与新兴媒体的差距和融合，并提出一些可行性的建议。

关键词：传统媒体；新媒体；差距；融合

中图分类号：G210.7　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-039-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.012

文 / 夏　雪

引言

新媒体通过对技术方面的运用，不断强化传统媒体的产品态势。以互联网为代表的新媒体，其发展速度快，正以强大的技术优势和介质优势，冲击着传统媒体市场，为传统媒体带来巨大挑战。

1. 传统媒体与新媒体之间的特点

1.1 在媒介覆盖方面

所谓的覆盖值域，也就是媒体的传播对象和传播范围。传统媒体中，报纸的传播受到的影响因素比较多，要考虑发行的地区、时间以及时效性等等。因此传统媒体所涉及到的覆盖面就比较窄。而以电视为主体的媒体，传播的范围比较广，受众相对较多。随着近些年来科技的发达，出现了卫星直播电视节目，这扩大了电视的传播范围。而新媒体出现后，网络媒体的覆盖范围更加广泛，因为其借助了各种各样的通信设备。最近这几年，手机移动终端的使用者越来越多，移动网络发展迅速，网络媒体已经成为人们使用最广泛的媒体方式。

1.2 在媒体公信力方面

新媒体和传统媒体相比，权威性比较高的就是传统媒体。因为传统媒体信息来源比较正规，每一个传播渠道都有把关人。而新媒体由于网络上的信息量比较大，信息来源广泛，传播速度较快，信息的真实性、可靠性往往令人质疑。在这种情况下人们更愿意相信传统媒体播报的信息。

1.3 在传播及时性方面

媒体信息传播的即时性，也就是信息的传播速度，是衡量信息发布速度的指标。新媒体的及时性比较强，信息的传播范围比较广。传统媒体的即时性就比较差，例如报纸，在传播信息之前还要进行采编、校对、排版、印刷等等，这都影响到信息的传播速度。所以相对而言，新媒体的传播及时性更强。[1]

2. 传统媒体与新媒体的差距与融合

2.1 媒体视觉引导性的差距与融合

差距：一提到新媒体人们就会在第一时间想起互联网，新媒体的代表就是互联网。新媒体在较短的时间里就能拥有大量的受众群，这需要传统的媒体花费很长的时间才能做得到。例如，最近一段时间发生的天津大爆炸事件，有一些市民拍摄视频上传到网络上，在短时间内就有大量的转发浏览，而传统媒体则是在网络上公布之后才播报出来的。从这里我们就能看到，新媒体的传播速度远远超过了传统媒体。新媒体对传统媒体造成了强烈的冲击。在竞争格局十分残酷的当今社会，新媒体很可能会对传统媒体造成毁灭性的打击。但是，传统媒体也有自己独特的优势。传统媒体出现的时间比较早，在长时间的发展过程中，形成了非常丰富的无形资产，有一些优势是新媒体短时间内无法企及的。例如以下几点：第一，不同的传播媒体有不同的受众群体，传统媒体操作简单、价格低廉，受众便于接受。第二，传统媒体中，图书、报刊、杂志制作的每一个环节都有专业的技术人员把关，经过严格的信息采集、审阅、文字润色直到制作出来，所以在长期的生产中已经形成无形的资产链，不仅积累了大量的人气，还掌握广泛的人脉，传统媒体已拥有自己的品牌、公信度。第三，传统媒体中，无论是哪一种图书、报刊杂志，都会涉及到相对应的学术领域。而随着科技的发展，对专业性的要求越来越高。这些杂志社、出版社都会根据市场的走向、受众的需求，对专家提出要求。所以传统媒体创造出的作品学术水平比较高，能够对科研的进步起到推动作用，这是网络做不到的。第四，传统媒体的受众，在阅读报纸杂志时，不需要借助辅助工具，随时随地都能进行阅读。第五，为了使出版社能够繁荣发展，推动科技进步，很多出版社都会顺应社会的需求创造出更多有意义、有社会价值的作品。而新

媒体在发展的过程中，更多的是考虑利润，是按照大众的需求进行创作，满足受众的需求。[2]

融合：虽然传统媒体和新媒体有非常大的差距，传统媒体有些媒体所无法代替的优势，但是，相比之下新媒体还是有自己独特的优势。从新媒体出现开始，传播渠道就在不断更新，传媒技术在不断发展，传播状态在改变，从一开始的一对多，到现在的多对多，受众不再是被动地接受信息，而是积极主动地传播信息。在互联网时代，所有人都可以作为信息的传播者，信息传播无处不在。就以新媒体中互联网作为代表，互联网打破了传统媒体的故步自封。传统媒体如广播、电视、媒体等等，都被迫与新媒体进行合作，不断互动，使传统媒体和新媒体逐渐走向资源整合，形成集约化的管理模式。很多传统媒体在新媒体发展的过程中，抓住机遇，因势利导，不仅借助网络的力量发展传统媒体，还吸收了更多年轻的受众群体。很多传统媒体跨平台、跨越媒体、跨越地区进行市场化的规模运作，以使利益最大化。[3]

2.2 媒体公信力的差距与融合

传统媒体和新媒体相比，传统媒体由于发展时间比较长，积累了丰富的传播经验，在发展的过程中也形成了规范的管理体制，更重要的是，传统媒体有独特的时间优势，精细加工，渠道来源正规，所以权威性比较高。受众对其有很强的信任度。而新媒体在进行信息传播的过程中，时效性比较强。所以新媒体要想提高权威性，就要和传统媒体相融合，与传统媒体进行互动，借助传统媒体的权威性。例如，我们都知道美国的《纽约时报》影响范围比较广，有大量的受众，品牌影响力比较强。而《纽约时报》的网站，在网络上也成为最大的报纸品牌。这是由于在发展的过程中，借助了《纽约时报》的权威性。在我们国家的很多新媒体的发展中，都借助了传统媒体的优势、品牌影响力，以此提升自己的品牌效应，扩大受众范围。例如我们国家比较出名的《人民日报》和《北京日报》都与《雅虎中国》有过合作。这就是传统媒体和新媒体的融合，新媒体代替传统媒体进行及时报道，传统媒体为新媒体提供信息，新媒体也借助了传统媒体的权威性和品牌效应，增强自己的权威性。[4]

2.3 时效性方面的差距与融合

媒体在发展的过程中，时效性是关注的重点，这也是发展过程中最重要的问题之一。因为互联网的发展，信息的传播速度变得越来越快，信息的变化也给传统媒体的报道带来了挑战。相对而言，新媒体对信息的传播更加及时迅速。所以，传统媒体在发展的过程中需要借助新媒体的力量，进行及时性信息传播。新媒体的涉及范围非常广，能够涉及到全国、全世界。二者可以融合在一起，优势互补，在短时间内传播更多真实有效的信息，满足广泛受众对于信息的需求，提高受众的满意程度。[5]

3. 总结

综上所述，新媒体的出现符合时代发展的规律，是信息时代的必然产物。新媒体的出现会给传统媒体带来强烈的冲击，但传统媒体要勇敢接受挑战，抓住机遇，与新媒体进行优势互补，提高传统媒体的受众范围，促进新媒体和传统媒体的沟通交流、融合，从而扩大媒体行业的发展空间，促进了媒体行业进行转型改革。媒

参考文献

[1] 原煜海 . 传统媒体与自媒体的互动与融合 [J]. 南方电视学刊，2013（06）.

[2] 夏薇 . 网络媒体与传统媒体的互动与整合 [J]. 新闻世界，2012（03）.

[3] 刘晓林，邓利平传统媒体的传统优势 [J] 青年记者，2012（21）.

[4] 郭全中传统媒体的新媒体转型：误区、问题与可能的路径 [J] 新闻记者，2012（7）.

[5] 冯思婧新媒体与传统媒体比较研究 [J] 忻州师范学院学报，2012（4）.

（作者单位：阜阳广播电视报社）

媒体融合的关键问题与策略

摘　要：所谓新形势下的媒体融合，就是能够运用当前的创新技术和创新的手段等对现在的媒体传播方式进行改进、创新，从而最大限度提高信息传播力。根据目前媒体发展的现状，媒体融合还将接受很多挑战。本文阐述了媒体融合中所需要面对的关键问题，并提出了一定的解决策略。

关键词：媒体融合；问题；策略；发展
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-041-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.013

文 / 李江涛

引言

新兴媒体对传统媒体造成冲击，给传统媒体带来了很大的挑战，也提供了一种发展的机遇。传统媒体依赖于报纸、刊物、广播等形式传播信息，在目前的互联网模式下已经落后，很多信息已经不能及时更新，不能够满足群众对信息的要求；新兴媒体依靠微博、微信、app 等多种互联网途径来传播信息，使得信息的更新以及传播更加便捷，范围更广，信息更是能做到时时传播。因此新旧媒体的融合不仅是时代发展的必然要求，更是能够做到优势互补，互利共赢。

1. 媒体融合的现状

有人说，目前的媒体融合不仅是一场变革，更是一种破坏性创新，这个说法生动地表现出了媒体融合是一场根本性的变革。新媒体的迅速发展，改变了传统媒体的传播方式。通过传统方式了解信息的人越来越少，报纸的销量一直在减少，电视观众的数量也在减少，而网民数量大幅增长，互联网已经成为了信息传播的主要载体。传统媒体已经意识到了这样的现状，因此提出了媒体融合的策略。传统媒体人员纷纷投入了创新实践，为媒体发展与融合带来了生机与希望。

2. 媒体融合面对的关键问题

媒体融合从大体上说是传统媒体和新兴媒体的融合，因为传播信息的载体不同，面对着不同的受众，或者说是因为受众的观念不同因此选择不同的渠道去获取信息。由此可知，观念问题是媒体融合发展中所要面对的第一个问题。对很多人而言，传统观念已经深入人心，这并不独存于观众中，也存在于传统媒体的经营者中。他们依然不能看清如今媒体的发展现状，认为媒体融合是不可能实现的，是不会长久的，只有传统媒体的传统方式才是能够一直存在的，也有人并不觉得媒体融合是一种必然趋势，而是觉得通过互联网等方式的媒体传播只是一种信息传播途径，并不是主流媒体，不能与传统媒体融合，只是一种简单的传媒方式的分化，这样的观念在一定程度上阻碍了媒体的融合发展。

媒体融合是一种媒体发展的创新模式，因此在具体实践时，并没有参考范例，这也就给媒体融合带来了侧重点不明、发展不平衡、过分重于一体化的问题。到底融合是什么样的融合？是用互联网思维改变旧有的传媒方式，还是形式内容并重？再加上传统媒体的类型繁多，并不是所有的媒体都能通过互联网进行转换，或者说由于一些小众化的传媒比如图书、期刊等因为在媒体融合中没有得到重视，在未来的媒体发展中就很容易被淘汰，这也是媒体融合中不容忽视的问题。虽然也有很多媒体融合做得较好的例子，但是很多媒体融合所进行的改进大多只是单纯地将信息展示的平台从传统书报等形式转换到了互联网平台，表面上是传统媒体和互联网的结合，但只是简单的位移，实质上并不是融合。虽然在现有阶段这样的方式能起到一定的作用，但是随着时代的发展，互联网的受众增加，这种方式就不能满足需求。而所谓的一体化也并没有考虑到新旧媒体各自的特点，采用了统一的管理方式，互联网变化万千，信息也是变化万千，相对于传统媒体的管理而言，管理方式、运行方式一定是要有所改变的，因此就需要策划者、管理者灵活应变。

媒体融合中所要面对的另一大难题就是复合型人才的缺乏。人才问题一直是任何新事物发展中所要面对的问题。对于媒体融合而言，就非常需要对传统媒体熟悉，又对新兴媒体有想法的人才，但是目前能够满足要求的人才并不多，或者说因为固有的传媒模式的束缚，相关部门缺乏鼓励这方面人才的政策，人才的培养也没有设置专门的培训机构，再加上现在的教学模式较为固定，短期内很难培养出有勇气、能够大胆进行媒体融合的创新实践的人才。

融合程度不够深也是如今的媒体融合需要面对的关键问题。原本融合只是一个整体概括的说法，具体的融合方式、融合程度等都没有明确的标准，这就给媒体融合的程度造成

了很多理解与实践的误区。如今很多地区或是媒体机构在具体实践媒体融合时，虽然考虑到了传统媒体在互联网上的表达，但是只是形式上的融合，并没有进行深度的比如资源共享、优缺互补等融合，主要侧重于单方面的资源与数据的传输，更多的只是在信息传播等方式的融合，并没有做到媒体运行模式、组织结构、集团改革、采编等的一体融合。而且在融合中缺乏创新，没有突破性的创新成果，所谓的一体化的媒体虽然数量增长，但是在目前的实例中，融合模式并没有质的改进。

3. 媒体融合的策略

考虑到传统观念的根深蒂固，因此改变媒体从业者的观念成了基础中的基础。传统媒体从业者应当树立创新思维，意识到如今互联网的发展趋势，意识到传统媒体所面对的挑战，不进行改革就不能适应这个时代的发展，媒体的发展的初衷是为了满足群众对信息的索取，满足社会的需求，如果传统媒体已经不能很好地满足绝大多数的群众需求，那么这样的媒体一定是落后的，要想既不放弃传统媒体又能适应时代进步，那么就要学会与时俱进，媒体融合就是很好的改革方向。政府可以开办讲座、培训班等，以上传下达的方式将媒体融合的思想观念传播下去，树立从业者的自觉意识，提升从业者的素质，观念的改变不仅能够促进就业者去参与媒体融合的新工作，还能促进他们去学习新的技术，去帮助媒体更好地在各个平台进行创新。

媒体融合不只是停留在表面，要做到采编过程的一体化，能够建立统一的团队，在内部施行融合的一体化，统一进行管理。一体化只是内部融合的一个方面，还要注意体制机制，由于传统出版与现有创新媒体，一个是相关部门的管理，一个是企业自身的经营，因此媒体融合就要有政策的支持，企业和相关部门要共同努力，共同面对在具体发展过程中出现的问题，确保在相关部门的监督下、企业的配合下能够有效地进行新旧媒体的融合。

确保传统媒体以及新兴媒体融合过程中的平衡性。很多媒体因为目前互联网的发展，误以为融合就是以新兴媒体代替传统媒体，这就使得传统媒体在融合过程中的地位下降，导致了发展的不平衡，因此在发展互联网媒体优势的同时也要注保持传统媒体的优势，做到内容的质量提升，不管是传统媒体还是新兴媒体都是有其局限性，不能以偏概全。尽量做到改进传统传媒中信息不及时、更新速度慢、与群众的交流互动不多等问题，改进互联网信息杂乱、真假混参、恶性互动等问题，新旧融合，保证信息不仅具有时效性还要具有真实性、权威性。无论怎样的融合，都应该确保严谨科学的信息采集与传播，传统媒体可以设置出信息平台，定期设置一些交流平台等，汇总出一些问题的反映，具体情况具体改进，互联网平台也应该向传统媒体学习严谨的信息考察和管理体制，做到融合的平衡。

一切战略实施都以人才为基础。无论是什么样的创新与发展，都需要足够的人才资源。一项观念的提出，需要有敢于实践的先锋，因此，提出媒体融合战略后就应当考虑到相关的人才储备问题，鼓励媒体行业有经验的老人，也要引进有想法、有创新的新人，定期可以进行相关媒体融合的人才交流，人才之间可以优势互补，技术互学，加强一些学科的融合，定期地培养人才，提高相应的待遇水平来吸引有高技术、高素养的人才。

4. 总结

媒体融合还是一个探索发展的过程，发展中难免会存在一些不足，问题的出现也是在所难免，但是在媒体融合的大潮中，应当意识到如今的媒体融合已是大势所趋，不能因为问题挑战的出现而止步不前，更应该迎难而上，发展创新思维，正视发展中所出现的迫切需要解决的问题，分析问题出现的原因，尽量做到从根源上解决，将困境转化为机遇，通过不懈努力，真正做到传统媒体和新兴媒体的内部融合。媒

参考文献

[1] 范继红 . 媒体融合中的版权问题分析及解决方案——构建基于版权公共服务机构的模式 [J]. 新闻与写作，2015（4）：5-8.

[2] 秦艳华，路英勇 . 媒体融合发展的几个关键问题 [J]. 中国出版，2015（13）：18-21.

[3] 李静，游苏宁 . 媒体融合的思考与实践 [J]. 编辑学报，2015（4）：313.

（**作者单位：**沈阳音乐学院）

媒体融合下广播电视的发展机遇

摘　要：互联网技术的持续发展，使新媒体有了很好的传播条件，其传播速度远远赶超广播电台的传播速度。新媒体的出现很大程度上冲击了广播电视行业的发展。在此基础上，传统电视广播只有正视新媒体，探索出一种较好的融合方式，同时优化自身节目设置，双管齐下，找到自己的发展出路。本文针对新媒体之下的传统广播电视的实际状态进行了全面探究，以打破传统广播电视当前的僵局，探寻广播电视在媒体融合中的发展机遇。

关键词：广播电视；新媒体；融合

中图分类号：G229.2　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-043-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.014

文 / 门海莲

引言

在信息化时代，网络和通信技术呈现出快速发展趋势，尤其是我国实行了宽带中国战略方案，这为信息技术的发展又创造了一片沃土。在信息技术的强势发展下，新媒体也很快发展起来，成为了一种新型的传播方式，并受到广泛关注和使用。新媒体传播高效、及时，并且传播方式极为多元化。相比之下，传统的广播电视却逐渐丧失了自身的媒体主导地位，在新媒体的势头之下，广播电视媒体需要做出改变，探寻与新媒体融合的新方式，全面升级自身节目结构，使广播电视得以继续前进和发展，维护传统媒体的地位。

1. 当今广播电视发展面临的新形势

在新兴媒体之下，对于传统广播电视来说，想要立足当下，进一步实现未来的发展远景和计划，就需要与新兴媒体融合，通过二者之间的相互联结愈发紧密，推动二者共同向前迈进，持续稳定发展。首先对于新媒体来说，传统媒体有一定的权威性，同时也有众多稳定、丰富的内容资源，与传统媒体分享这些资源，对于渠道宽泛多样但内容匮乏的新媒体来说是一个很好的补充；而对于传统媒体来说，其有较强的内容底子，新媒体优越的传播形式以及快速传播的特性，使传统媒体更加符合现代社会人们的信息获取习惯。由此可见，二者之间的融合互通最终将会构建一个媒体融合的时代背景。基于当前媒体行业的发展形势，提出了媒体融合的发展方式，是非常符合时代特点的，也是媒体正确的发展方向。

2. 广播电视在新媒体冲击下的变化

广播电视由于发展历程较长，已经积累了相当多的内容、资源和品牌价值。传统媒体的信息具有权威性和真实可靠性，非常值得信任，这是传统广播电视媒体的一大优势。和广播电视这些传统媒体不同，新媒体有多元化和传播范围广泛性等特点。在此背景下，广播电视受到了一定的冲击，若想跟上时代的步伐，达到长远发展的目标，传统广播电视媒体自身也要发生一些改变，主要体现在下面几个方面：①二者之间有了融合趋势；广播电视行业也对新媒体的传播渠道进行了分析，希望在保留自身优势的基础上，能够结合新媒体的传播方式，通过多元化、大范围的传播，让自身有更多发展的可能性；②在媒体融合的基础上，广播电视的自身传播形式也有了改变；传统上广播电视的传播形式有限，只能依靠内容质量吸引到一定的忠实用户，而很难打开渠道让更多的人加入进来，新媒体的发展，也为广播电视带来了传播新思路，让其对自身的传播方式产生思考和做出改变。

3. 广播电视在新媒体融合之下的发展方向

广播电视等传统媒体呈现出与新媒体融合发展的态势，从传统媒体的角度看，新媒体只是一种传播媒介。在融合的基础上，传统媒体选择坚持自身优势，以内容为重点，通过高质量的内容吸引更多的用户，而不是广泛撒网的多元化内容传播形式。在广播电视媒体的发展和改进当中，新媒体起到了重要作用，正是因为新媒体快速的发展趋势，使传统媒体有了更多的思考，从而与之融合，同时辅以自身形式的升级，维护传统媒体的地位。

新媒体拓宽了内容传播的渠道和传播范围，随着信息技术的不断推进，当前高清电视、网络电视越来越普遍，这是广播电视媒体传播的一大新途径。相关数据表明，我国十亿电视用户当中，有1.7亿的用户都使用宽带，同时这个数据也在持续增长。对于民众来说，互联网信息技术的进步也给人们带来了更多生活上的便利，对于传统广播电视媒体来说，这是一个发展新机遇，互联网的发展、网络电视大范围使用让广播电视媒体看到了更多的可能性。新媒体也加速了内容

传播的效率以及发展速度。和传统媒体的传播方式不同，新媒体的多元化让更多的人参与到传播当中来。云数据等技术的发展，代表传播方式来到一个新时代，新媒体在这个新时代当中自如发挥，对于传统媒体来说，有许多可借鉴的地方。

4. 广播电视与新媒体融合对传统媒体的意义

新兴媒体兴起之下，广播电视媒体需要转变思想，正确看待新时代之下的新事物。广播电视媒体可以借鉴新媒体的传播方式，根据自身优势进行结合，不能丢掉自身特色，利用传统媒体的优势为自身传播创造价值，找到更适合自己的生存方式。传统的广播媒体如果不能很好地利用新媒体的优势，让自身发挥更大的价值，未来发展遇到的困难就显而易见了。

5. 新媒体融合之下广播电视的发展建议

5.1 正确认知，借力推广

传统电视媒体想要与新媒体达到融合，就需要对新媒体有正确的认知，对于传统媒体来说，则需将新媒体可能对自身起到的促进作用加以利用。转变观念和思维，勇敢地正视自身当前的发展现状，通过全面剖析，找出自身问题所在。有些传统媒体由于长期的习惯趋势或是不愿意面对复杂的现实情况，选择继续在老路上前进，这会导致自身与时代的差距越来越大。正视现状，对自身发展情况做出全面分析是非常必要的，在明确自身具体情况之后，再结合新兴媒体的传播优势，制定符合自身发展的传播计划，打开传播渠道，开始升级和发展之路。另外需要注意的是，所有的转变和革新，都不会瞬间见效，改革是一条长远的路，在制定了科学可行的计划之后，应当不惧挑战，向着既定战略目标不断前行。

5.2 调整自身 内容升级

借鉴新媒体的传播方式和技巧，以及使用其传播渠道是传统广播电视媒体发展的助力因素。而传统广播电视媒体想要持续发展，就需要对自身内容形式加以分析。由于时代的进步，人们对于生活各方面的要求和以前相比更为严格，同时由于人们生活节奏的加快，生活方式也有了较大改变。针对这一现状，广播电视媒体需要对当今时代大众的信息和娱乐需求进行全面分析，通过调研等方式，确定出更符合当今大众欣赏特点的传播内容。并结合这一点，审视自身节目当前的状况，制定出更具针对性的节目内容，之后再通过与新媒体相结合的传播渠道进行大范围传播。在这一点上需要注意的是，由于生活节奏的加快，人们对信息的要求也更高，人们没有更多的时间去关注一些没有针对性的冗杂信息，所以，确定了节目形式之后，还需要对节目内容进行精简，让内容更精准，让人们在有限的时间内能获得自身想要的内容信息。对于广播电视媒体等传统媒体来说，借鉴新媒体的传播渠道只是其一，想要在这个信息高度发达的时代体现出自身的价值，就需要有自己的独特性，传统媒体的品牌效应和内容质量是其优势所在，在融合和发展中能够很好地借鉴和发挥自身优势，是广播电视发展当中的思考重点。

6. 结语

随着信息技术的发展，越来越多的传播技术也得到了较好的发展。在传统媒体中，广播电视是传播的佼佼者，但在新媒体的兴起之下，广播电视有了衰弱的势头，传统媒体想要在新媒体之下趟出一条路，就需要同新媒体技术相融和，通过新媒体渠道来传播自身的内容，建立起一个系统的传播体系。持续推进传统广播电视和新媒体的融合发展，通过高科技技术手段让二者相互结合，相辅相成，对于传统媒体来说是新时代之下的新机遇。在网络信息高度发展结合的今天，二者的相融互通对于传统的广播电视和新兴媒体的未来发展都会起到积极的推动作用。媒

参考文献

[1] 陈杨天惠 . 新媒体与广播电视的融合及对内容传播的影响 [J]. 现代试听，2014（10）.

[2] 李军，师佳墨 . 新媒体与广播电视的融合及对内容传播的影响 [J]. 西部广播电视，2015（04）.

[3] 许亚文 . 广播电视与新媒体融合创新之路 [J]. 现代视听，2015（05）.

[4] 杨明品 . 媒体融合时代中国影视产业创新发展对策思考 [J]. 南方论坛，2015（01）.

[5] 葛明驷，何志武 . 三网融合下广播电视新闻传播规制的目标与路径 .[J]. 中州学刊 .2014（04）：168-172.

（**作者单位**：山东烟台广播电视台）

传统广播媒体与新媒体的融合探析

摘　要：新媒体时代下，随着网络技术的发展，信息量不断增加，受众的注意力被极大地从传统媒体上转移了，一方面给传统的广播媒体带来巨大的冲击，另一方面也促使广播电台重新定义自己的媒介地位，确立转型之道。而与新媒体融合是必由之路，但是传统广播媒体存在有许多问题，这些问题直接影响到广播媒体未来的发展之路，因此本文从分析传统广播媒体存在的问题角度出发，提出相应的媒体融合建议，以期能够对广播媒体的发展有所裨益。

关键词：传统广播；新媒体；融合

中图分类号：G229.27　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-045-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.015

文 / 王　静　郭凌云

1. 广播媒体与新媒体融合现状与必要性

1.1 媒介共存

目前广播与新媒体之间存在共存的局面。首先，广播基于长久以来的主流传统媒介的身份，仍有大部分的稳定受众来源，如大量的车载广播，中老年听众等。其次，广播作为传统媒体拥有成熟的新闻采编体系，包括专业的记者、播音员，而精良的队伍是优质内容生产的保障。同时，传统媒体拥有的核心竞争力在于其长期建立起来的权威性，虽然新媒体时代各种网络草根、意见领袖纷纷出现，但是传统媒体在受众心中的权威性还是不可替代的。新媒体的内容较大部分仍来自于传统媒体的平台，其对广播的依赖性并未消失，因为单就新媒体而言，可能更倾向于是一种信息发布的渠道，而不是信息的真正传播源。

1.2 广播与新媒体的融合模式

新媒体逐步兴起，传统的广播与新媒体的融合也加快了步伐。主要包括三种模式：

一是门户网站的融合。新媒体网站联手传统的广播电台建立自己门户网站，从而将传统广播的优质内容在互联网上充分地展示给受众。各大类新媒体门户网站都积极寻求与传统广播媒体的融合，迫切地希望为自己的平台注入优质的内容，从而进一步扩大自己的影响力，吸引更多的忠实受众。

二是广播电台同新媒体共同举办活动。包括线上活动和线下活动，有效地整合了两者的资源，新媒体在增加自己人气的同时，也通过广播电台为受众输送了优质内容。

三是平台之间的交叉融合。广播电台借助微博、微信平台建立个人的账号或者公众号，依靠自己的资源优势，在新媒体平台上为自己重塑一个有影响力的品牌。其次，在品牌建立起来之后可以通过技术投资，实现自己全媒体平台的构建。

1.3 广播与新媒体的融合的必要性

虽说进入新媒体时代，媒体未来的发展方向一定是契合当下用户的主流需求的，但是新媒体仍不能完全脱离传统媒体而发展。广播具有传播速度快、覆盖范围广、成本低等特点，因而新媒体与广播的融合有其必要性。

其次，广播与新媒体融合的必要性在于良好的经济效益。广播相对于电视、视频等来说，无论是其制作成本，还是听众的收听成本都比较低，同时也不受地域的局限，适用于各种场所，比如说车载广播。同时新媒体技术的发展更加延展了广播的优越性，因而广播与新媒体的融合发展对于两种媒介都有重要的意义。

广播是以声音为传播载体，这跟其他的媒介有很大不同。受众在接收信息的过程中，其感官中仅有听觉参与了信息的捕捉，而听觉不同于报纸的眼见为实，也不同于电视或其他媒体的多感官参与。听觉需要全神贯注才能将信息完整、准确地内化吸收，那么听众选择性接受的信息必然对其行为、意识产生冲击，从而实现传播的目的，有利于帮助听众树立正确的思想意识。其次，广播在传播信息的过程中，主播是作为传播者的角色存在的，其个人专业素质直接与传播效果挂钩。因而主播要提前做好准备工作，在充分了解节目与目标受众的基础上，才能做好一档广播节目，扩大听众范围。二次创作是主播个人在熟悉新闻稿件的基础上，对其进行“润色”提高的一个过程，其目的在于方便听众的理解，更加精准地传递信息，对听众产生深刻的影响。除此之外，广播依靠声音传播，适用于所有人群，不受听众年龄、性别以及文化程度的限制。广播具有非常好的可移动性和便捷性，甚至可以随时随地收听广播，也不会对人们的学习和工作产生不利影响。

2. 传统广播媒体存在的问题

2.1 传统广播业务单一

传统广播在媒介史上具有较为丰富的发展历史，其传播效果在过去的媒介环境中是十分卓越的，但是新媒体时代，其不可避免地产生了业务单一的缺陷。

相比新媒体而言，广播缺少了交互性与灵活性。新媒体具有的及时反馈的特点是传统媒体无法弥补的缺陷。针对广播来说，在新媒体上受众不仅可以自主选择符合个人喜好的节目，而且可以实时参与节目互动，如在评论区留言，亦或者是以弹幕的形式实现交互。而传统的广播节目却停留在电话连线的老旧方式，这同受众日益改变的需求观念是相违背的，因此立足于受众需求，传统媒体业务单一的问题必须求助于新媒体与传统媒体融合发展。

2.2 传统广播技术相对落后

由于受到新媒体业迅猛发展的冲击，大部分广播电视台都加大了对于传统广电行业的投资，但是受到许多方面的综合影响，传统广播的技术瓶颈仍然存在，面临的情况是受众市场的不断萎缩。互联网全覆盖的时代下，因为这个问题的存在，广播与新媒体之间的差距只会越来越大。其次，相对于新媒体广播，传统广播新闻传播的信息量以及信息种类也是有限的。听众的需求是多样化的，社会经济的发展使得人们尤其是年轻一代不断地追逐所谓的流行文化以及各种衍生的亚文化，而传统广播却带有保守的属性，不能满足受众的多样化需求，而新媒体广播则因为其丰富的信息储量使得受众可以按需选择。因而传统广播在技术层面的劣势可能成为其被新媒体取代的一个极大的原因，在这样的形势下，广播媒体拥抱新媒体、学习新媒体技术是必由之路。

2.3 传统广播可管理性较差

不同于新媒体信息拥有巨大的云存储空间，传统广播的信息只能依靠专门的存储设备，并且需要专门的人员进行管理控制，因而难以实现远程播放。不灵活的管理方式浪费了大量的人力物力资源，更难以实现远程播放控制的重要目标，传统广播的灵活应用效果比较差，资源浪费现象比较严重，对传统广播的发展会造成极为不利的影响。

3. 广播媒体与新媒体融合发展的对策

3.1 广播电台树立用户意识

过去受众受限于媒介载体的单一性，在广播的年代里受众获取信息的载体只有广播，因而在那个时代广播电台实际上是没有受众意识的，而这种传统的观念一直延展到现在。但是，新媒体的时代是用户为王的时代，媒体不再仅仅作为一种发布信息的官方媒介，而是要主动地去吸引受众的关注，互联网使得信息爆炸性的增长，但是受众的注意力有限，媒体必须尽自己最大的努力吸引受众的注意力才能产生效益。因而对于每个地区的广播电台而言，如果都能逐渐地建立起忠实用户的数据库，已经形成联盟的全国广播电台用户数据库如果能够实现共享的话，那将是一个不可估量的最具价值的用户群，将为广播媒体形成一个崭新的产业基础。

因此，传统广播电台要与拥有大量用户的门户网站或者移动媒体类公司深度合作，以输送优质内容的方式，利用新媒体的影响力重新打造个人的品牌，尽可能地赢取受众的关注。

3.2 广播与新媒体融合应发挥的作用

首先，广播要充分发挥其固有的特点，尤其是在融合过程中要做到取长补短而不是顾此失彼。需要注意到，广播媒体跟新媒体还是有质的区别，尽管新媒体拥有其他媒体难以超越的便捷性、丰富性，但是也并非所有优势都可以被广播媒体所用。

广播与新媒体的融合要密切关注受众需求开发相适应的台网互动方式、方法和内容。随着数字技术的发展和媒介形式的丰富，受众的生活形态和媒介接触习惯正在发生改变，广播听众的口味也在不断调整。广播与新媒体融合一定要以受众需求为基点，开发与自身、受众、市场相适应的台网互动模式。

3.3 广播媒体需要加快转型，开展更广阔的业务

新媒体时代，创新是王道。广播媒体应紧跟时代的潮流，加快个人的转型，不断整合现有资源，同时开展更多的业务。

转型主要是指技术上、观念上的转变，在技术上积极拥抱新媒体，学习新媒体广播的优异之处，构建以广播为中心的新媒体矩阵。同时，坚持“内容为王”的理念，创作出更多符合受众需求的节目。

在业务上，广播应开展更广阔的移动互联网业务，尤其是同新媒体中有较大影响力的媒体产业合作。其实际意义在于既可以把一部分网民纳入自己的受众群体，又能够在同一传媒的旗下实现资源的整合与共享，通过台网互动和多媒体的经营过程，使广播的内容资源得到充分、复合性的使用，从而产生更大的社会和经济效益。媒

参考文献

[1] 李雪蓉 . 试论广播媒体与新媒体的融合 [J]. 中国广播，2012（1）.

[2] 蔡文戈 . 新媒体时代下传统广播与新媒体融合发展探究 [J]. 新媒体研究，2015（11）.

[3] 王志强 . 探讨传统广播新闻与新媒体广播的融合方向 [J]. 西部广播电视，2016（15）.

（作者单位：河南新乡广播电视台 ）

移动互联网时代下城市广播媒体的融合发展与创新

摘　要：广播事业在网络电台、移动媒体及 APP、自媒体等新兴传播方式的兴起下，传统的优势面临挑战，移动互联网以其短、平、快的优势迅速抢占传统媒体市场，传统媒体与新媒体的融合发展成为大势所趋。在新媒体面前，传统广播媒体既要转型，又要保留特色。在融合过程中如何把握机会、抓住机遇、寻找发展空间成为传统广播媒体发展的首要问题。

关键词：新媒体；融合发展；创新发展

中图分类号：G229.2　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-047-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.016

文 / 谷海燕

移动互联网时代的到来颠覆了传统的信息传播方式，进而改变了传媒产业的生存逻辑和运行规律。广播事业在网络电台、移动媒体及 APP、自媒体等新兴传播方式的兴起下，传统的优势面临挑战，移动互联网以其短平快的优势迅速抢占传统媒体市场，传统媒体与新媒体的融合发展成为大势所趋。

在新媒体面前，传统广播媒体既要转型，又要保留特色。在融合过程中如何把握机会、抓住机遇、寻找发展空间成为传统广播媒体发展的首要问题。随着我国 5G 技术的试验及今后的正式推广应用，我国城市广播电视台乃至区县广播电视台将面临更加严峻挑战。在移动互联网时代背景下，实施媒体融合发展战略，积极运用高新技术、改变传统媒体经营模式，扩大品牌影响力，走出融媒体发展的新路径成为传统广播媒体创新发展的趋势。

1. 城市广播媒体与新媒体的融合发展

广播媒体的伴随性、移动性、便捷性、及时性及互动性等特点，与新媒体具备较强的相似性，也成为广播媒体与移动互联媒体实现融合发展的前提。广播的受众细分与网络的“社区、朋友圈”等概念的近同性，为广播搭上新媒体的快车提供了依据。移动互联网下的广播融合实际上是现代传媒技术下，从内容到技术再到渠道平台共同整合并互相借力的典型代表。广播媒体的音频内容在移动互联网技术下具有先天的融合优势。通过对北京、上海、浙江、深圳等广播电台的分析，移动互联网时代下城市广播媒体与新媒体的融合发展趋势如下：

1.1 收听终端的移动化和智能化

随着智能手机的普及和车载智能终端的兴起，广播收听终端的移动化和智能化比例不断攀升。移动互联网时代下，传统广播媒体会依托新媒体技术不断开发和完善收听终端。

1.2 收听体验的互动化和社交化

音频广播收听的互动化、社交化在社交网络、社交应用的推动下成为发展的趋势。蜻蜓 FM、喜马拉雅等各类电台 APP、QQ 音乐、虾米音乐等社交音乐平台及应用，汇集众多音频内容，为用户提供了丰富的直播和其他音频内容，并具备分享、点赞、评论等功能。

1.3 广播内容的精准化和定制化

互联网技术和海量信息内容，催生了受众个性化需求。城市广播结合新媒体特点，不断探索内容的分众化、精准化。

1.4 营销模式的碎片化和多元化

部分城市广播媒体结合电子商务模式，开展空中广播、线上网络、线下活动结合的盈利模式。整合频率优势，重塑制播流程，打造采编播一体化云平台；重视移动终端，积极开发移动终端和跨平台产品研发；发展移动收听，开发“微电台”、网络电台及各种 APP 收听软件。对于广播而言，移动广播利用移动互联网的特性，是提升竞争力的最快路径；内容创新，拓展广播传播渠道；媒体融合创新电台营销模式。

2. 城市广播媒体融合发展的创新之策

在新媒体面前，传统广播媒体也在积极探索融合发展之道。然而，由于过渡依赖新媒体、盲目崇拜新技术，城市广播媒体在融合发展中出现了主体缺失、特色缺失等倾向。如何在新媒体发展过程中既能充分利用新媒体，又能在融合过程中保留特色，这就需要广播媒体在融合发展中不断创新，寻找发展的新路径。

2.1 内容创新升级

对于新闻媒体而言，内容永远是核心竞争力。融合时代，媒体渠道呈现丰富性、多元化。但“内容为王”依然是传媒竞争的主战场。广播数字化进入更高的发展阶段，会有颠覆性呈现：无地域限制、优质音质、视听融合、实时交互、非线性收听、用户主动传播、人声语义搜索、个性化定制服务、UGC 内容丰富等，都会不断推动节目内容的创新。

移动互联网的传播时代，更应该展现“内容 + 形态 + 渠道”的广义内容。媒体生态格局和传播生态都发生了变化，传统媒体作为一个优秀节目提供商，背后的操作系统、分发系统、内容产品的架构方式、生产流程和渠道平台都改变了。当代广播的内容发展，在于将声音的潜力开发至极致，开展

线上线下即时互动，为提供优质、专业的定制化、深度化信息服务。

2.1.1 创新节目形态，增强节目互动性和用户黏贴性

广播节目要充分利用新媒体的渠道和技术优势，强化互动管理和用户资源管理，充分利用微信、微博、APP 等手段，创新互动模式，建立实时互动通道，将节目互动与新媒体充分融合。此外，重视用户数据，增强内容的精准性，拓展除直播以外的点播、订阅类内容产品。

2.1.2 增强本地服务性，拓展产业发展空间

广播媒体可以尝试将广播听众通过移动互联网技术与交通、医疗、教育、金融、旅游等线下产业对接，积极参与智慧城市、农村、社区和智慧家庭的建设，实现产业化升级。

2. 2 技术融合升级

媒体的发展离不开技术的革新，完善的节目采编系统及与新媒体相匹配的技术系统成为广播媒体融合发展的强大支撑。打破原有的业务生产流程，实现多平台、一体化运营。比如，北京广播电台正在建设的全媒体采编平台即“中央厨房”，就包括全媒体内容汇集、生产、播出、广告经营等配套生态系统。未来持续关注媒体新技术，5G 技术、车联网、物联网的发展下不断完善技术平台建设，让技术更好服务全媒体内容生产与传播。完善以云平台、大数据等先进技术为核心的广播电视融合技术支撑体系，推动全国性融合媒体制播云建设。利用云技术、云服务完善 IPTV 集成播控平台、手机电视集成播控平台、互联网电视集成平台等广播电视新媒体平台。

2. 3 渠道平台升级

移动互联时代，城市广播媒体要积极借力新媒体，发展以交通频率为先导、开发以车载收听设备为核心的渠道资源，实现内容和位置的实时融合，基于听众的位置，进行信息内容的有效推送。打造自主平台是广播媒体开展媒体融合的关键，建立一个有较强影响力的新媒体平台，就会占据新媒体传播的主动地位。北京广播电台“自由的听听 FM 音频客户端”2015 年正式上线，目标就是将其打造成为音频内容的生产者的聚合、分享、社交平台，成为用户服务和运营的平台。

此外，依托成熟的外部平台，也是传统广播媒体融合发展的重要路径。新媒体时代，广播媒体应以开放的理念，充分发挥微信、微博、APP 及其他新媒体的优势，建立广播媒体自身立体式内容发布网。

2. 4 用户思维升级

新媒体环境下，传统广播媒体应该把受众分析作为融媒体发展的重要环节，运用互联网思维、用户思维策划和经营，加强受众细分、节目定制、增强互动，发展以广播线上播出业务为依托，分析广播用户的喜好，提供精准化、定制化的内容和服务。新闻、音乐、讲故事是广播节目的主要类型，也是广播的价值所在。广播要情感上、利益上贴近听众，培养听众对广播的媒介情感，通过提供定制化服务，形成与听众的贴近关系。此外，培养新生代听众，通过建立听众社交圈、商业平台来吸引受众群体。

2. 5 经营体系升级

“通过对北京、上海地区广播发展数据的分析，发现当前大多数新媒体广播主要依靠传统广播母体作为经济支撑的事实。”媒体运营过程中产生的各项数据，尤其是用户数据，是电台媒体融合发展的重要支撑，建立一套立足内容、平台优势，基于用户服务的盈利模式成为未来广播融合发展的趋势。如何将传统听众、观众的资源转化为用户资源，是未来广电发展的核心理念。依托先进的媒体技术及内容平台，增加听众的聚合力，运用大数据分析，转化为商业价值。 推动经营性业务发展，依托优质内容和创新平台，开展“广播 + 线上 + 线下”的“内容 + 服务”模式，推动广播媒体由传统音频内容提供商转向综合信息服务提供商转型；创新广告经营模式，融合发展领域培养新的广告经营增长点。将兜售听众的注意力给广告主，变革为直接为用户提供服务。“微平台”的搭建，节目与经营的平台；开发版权内容的价值，延伸版权内容产业链。新型业务领域的探索，主要依托内容和平台的创新，开发线上线下各类业务，从电子商务、信息服务、实体经济等，碎片化营销、电台关键词广告、基于位置的声音二维码投放、数据营销等方式。

总之，传统城市广播媒体在移动互联网的时代背景下，原有的传播生态被打破，传播逻辑被重塑，广播业务从线性变为闭环，传播从同步变为异步，用户从对象变为核心。城市广播媒体需要打破固有的传播模式，积极探索内容、技术、渠道及经营体系的升级创新，全面利用移动互联网技术手段，实现广播媒体融合的跨越式发展。当然，推动媒体融合发展，既需要技术升级、平台拓展、内容创新，也需要对组织机构、传播体系和管理体制做出调整和完善。唯此，形神兼备才可真正做到相融发展。媒

参考文献

[1] 王大明，黄理俊 . 广播媒体融合发展及产业化探索 [J]. 广播电视信息，2016（4）.

[2] 戴杰 . 提升新媒体环境下传统广电媒体的核心竞争力 [J]. 中国广播，2016（8）.

[3] 卜晨光 . 转型期广播媒体的互联网思维构建与发展策略 [J]. 新媒体，2015（8）.

[4] 张宁，杨柳 . 移动互联网时代广播媒体的困境与发展 [J]. 广电视听，2016（3）.

[5] 赵亦红 . 移动互联网，广播发展的新机遇 [M]. 传媒观察，2014（3）.

[6] 潘锐 . 透视广播 APP 揭示移动互联网时代广播的发展 [J]. 新媒体研究，2016（2）.

注：2017 年度河北省社会科学发展研究课题（课题编号：201703050307）.

（**作者单位**：河北艺术职业学院文化管理系）

全媒体时代下的媒体融合

摘　要：在新媒体和“互联网 +”大潮的冲击下，媒介的生态环境发生了根本性的变化。在这个过程中，传统媒体与新媒体的融合成为大势所趋。新媒体思维下，传统媒体如何在夹缝中突围，走出适合自己发展的路子？这对于全媒体时代下的广电传统媒体来说，是需要认真思考与解决的问题。

关键词：传统媒体；新媒体；全媒体时代；融合发展；“供给侧”改革思维；转型升级
中图分类号：G301　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-049-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.017

文 / 马静怡

随着互联网技术的迅猛发展，信息的传播和接受方式正在发生深度变革，面对网络、手机、微博、微信等新兴媒介的渗透，依靠传统理念和方式进行传播的广电媒体面临严峻挑战。在这个人人可成记者的时代，以互联网为代表的新媒体在传播中正发挥着越来越重要的作用，互动化、个性化、细分化、多样化的传播方式，改变着人们的信息获取方式，给传统媒体带来了颠覆性的影响。

1. 互联网改变媒介生态，广电媒体面临挑战

全媒体时代，电视广播在与新媒体的竞争中明显处于劣势。单向的线性传播已经远远满足不了当下受众对信息传播的选择与表达需求，很多地方电视台只能按照“规定动作”生产制作，鲜活、灵动的“自选动作”被大大限制，直接导致了观众的日渐流失。与此相反，以网络为载体，以实时互动方式传播信息的新媒体，其方便快捷、多向传播、渠道广泛、全民参与、多点互动的特点，大大满足了受众的个性化选择和需求。

随着智能电子产品的出现，面对新媒体的凌厉攻势，广电媒体的优势几乎荡然无存。受众接受信息的习惯在改变，广告投放的策略在改变，资本和人力资源也开始向新媒体倾斜。面对行业困境，是创新还是观望，是融合还是坚守，对于像我们这样的广电传统媒体从业者来说，必须明确方向、理清思路。

2. 城市广电向全媒体转型迫在眉睫

互联网时代的到来，无疑推动了全媒体时代的开启。以受众为中心、内容为主导，通过转型升级和内容优化，将传统媒体与新兴媒体有机融合，更有利于传媒业健康、稳定的发展。

目前，很多电台、电视台都在建设新媒体、发展新媒体，但融入互联网的方式并未收到太大成效。究其原因，其最大的失误在于简单将电视和报纸的内容改个标题就搬到网站和手机上，虽具备某些推广和检索价值，却并无多少实际效用。事实上，当下某些电视台、电台与新媒体间的合作，只是一种基于在双方意愿基础上的复制与粘贴。虽然大家对媒体融合和媒体转型的认知都很重视，但对于实现战略的途径，以及怎么转型、怎么融合，怎么突破体制机制禁锢，从内容整理、分发、呈现上去考虑等等问题，并不是十分清楚，这也就是所谓的“战略清晰，落地乏力”。“一块牌子，两套班子”的内部运作以及内容的物理位移，只是形式上的多媒体集群，这种“两张皮”现象并非真正的融合，也没有为传统媒体带来什么新的效益。

3. 补齐媒体融合短板，加快转型发展步伐

对于传统媒体来说，投身新媒体战场，走媒体融合之路，要变为现实挑战巨大。从“简单相加”迈向“深度相融”，仅仅做到“你中有我，我中有你”是不够的，更要完成“你就是我，我就是你”的升华转化。以广播电视为代表的传统媒体当前最重要的，就是积极行动、掌握新兴媒体的传播规律，在充分运用新技术新手段的基础上，整合各种资源，强化内容、渠道、市场的融合，实现平台、经营、管理一体化发展，重构广播电视的业务流程和运行机制，走出一条“1+1>2”的融合发展新路，实现真正意义上的全媒体战略。

目前，很多地方电视台已经开始以“供给侧”改革的思维，加快转型升级步伐，通过整合、联合、融合实现跨媒体发展，实现从体制机制到生产、传播、营运的全系统深刻变革。2017 年，昆明广播电视台全台组建成立全媒体新闻中心、全媒体营销中心、融媒体发展中心，将分散在各个频道、频率和网站、微博、微信的资源进行重新整合，布局新的传播渠道和终端，启用“全媒体融合发布中心”“融媒发布云系统”，升级上线官方网站、手机客户端、微信公众号，优化采编播流程，推进组织架构、采编队伍、传播机制、内容产品和技术服务转型，打造“全媒体汇聚、共平台生产、多渠道分发，全媒体整合营销”的新型区域媒体融合集团。

比起传统的新闻生产和播报方式，整合后的全媒体平台优势要明显得多，这在 2017 年的昆明市两会报道上尤为凸显。由于创新了理念和思路，所有采访由全媒体新闻中心统一策划、统一调度，融媒体发展中心协同、技术部门配合，打通平台资源，实现视频、音频、图文、H5 等多形式报道，建立电视、广播、网站、客户端、微信、微博多渠道立体联动发布的报道体系。在云技术支持下，昆明广播电视台实现

了两会报道历史上第一次视频图文全程同步直播。两会期间，除电视、广播新闻报道外，通过“无线昆明”客户端、网站共进行10场视频和图文直播，发布225篇新闻报道，微信、微博发布12条推送内容，同时与新华社客户端合作，对两场“直通两会新闻角”进行了同步直播，专访相关部门行业负责人，通过直播页面留言互动，把市民对社会热点问题的看法带上两会。在首次亮相的“全媒体”报道中，一组记者同时负责电视、广播、网络三种媒介的制作，第一时间同时采集图文、视频、音频信息，从报道的策划、到稿件的编播都充分考虑全介质传播要素，做到广播、电视、网络、手机客户端同步发布，同时又各有侧重。即时报道、跟踪报道、滚动报道、互动报道、深度报道、多媒体报道……根据不同传播渠道和受众偏好制作出的新闻产品令人耳目一新，影响力和传播力大大增强。

与传统广播相比，全媒体广播在传播渠道及传播方式方面具有明显优势：市民们不再局限于仅靠收音机收听节目，还可以通过电视、电脑、手机等收看视频与文字直播，不受时间和地点的限制。参与互动也不再只是拨打热线电话，更多受众通过新媒体实时留言，实现了更广泛参与和更加互动的收听、收视效果。充分借助了新技术、新媒体优势，在直播台前，主持人只要轻松按下按键，就可以随时切换互联网、工作站、蓝光播放机等，实现了音频、视频、在线、平面媒体、文稿、新媒体等业务的互联互通。由传统媒体节目融合升级为智能化、数字化的全媒体节目形态，也使这一品牌栏目焕发出了全新的活力。

由此“一种内容、多种媒体、多种渠道、多次发布”的全媒体发布模式，才是媒体的融合之道。只有积极拓展渠道，优化配置资源、加强用户细分、加快平台建设、完善产品布局，才能使传播形式更加多样化、立体化，从而扩大影响力，提高传播效果。

4. 发挥自身优势，做好“融合”文章

新媒体给广电媒体的生存带来了巨大冲击，然而，媒体发展是一种竞争合作的状态，新媒体有其优点，广电媒体也有自己的传统优势。在移动新媒体风行天下的今天，电视、广播等传统媒体除了权威性与影响力，更具形象生动、严谨可靠和地域特色，在舆论监督、社会教育和对地方政治、经济、文化、社会、生态建设方面的影响力，是许多新媒体所不具有的。

通过对广电传统媒体面临的困境和独具的优势进行综合分析可以看出，以新媒体、新技术、新手段为支撑，做足“本土化”和“媒体融合”两篇文章，解决好内容生产、传播渠道和互动交流的问题，以强大的品牌和内容生产力来推进跨媒体发展，内外兼修、互相促进、不断突破，是广电媒体解决当前生存发展问题的应对策略和有效途径。具体来说，主要有以下几个方面：

（1）树立用户理念，增强产品意识，改变单向线性传播方式，通过“台网联动”实现媒体与用户的双向交流。

（2）立足广电，发展新媒体，从“单一宣传”向“多元服务”转变；创新传播渠道，整合媒体资源，实现全方位立体传播。

（3）打破频道、频率壁垒，实行联合兵团作战，拓展跨屏、跨网、跨终端融合业务，增强新闻传播力。

（4）整合信息、强化内容、深度策划， 获取节目内容和形式更大的发展空间，提升主流媒体影响力。

（5）开放媒体平台，资源互通共享，通过论坛、博客、短信、网络直播、网上调查等方式让更多新媒体和移动用户参与到节目制作中来，赢得更好的收听、收视效果。

（6）发挥资源优势，主动参与新媒体建设，挖掘创作出更能满足观众需求、更具网络传播特性的节目，和更多独家、原创、深度的视频内容。

（7）瞄准市场需求，延伸发展链条，努力构建现代传媒产业体系，由原先单纯靠广告创收向广告经营与产业发展多元并举转型，实现社会效益和经济效益的双丰收。

5. 结语

在融合过程中，面对转型挑战，广电媒体要实时调整策略，从形式、内容、载体、管理体制等方面开展研究，要坚持内容为王，渠道制胜，强化新闻直播、新闻现场、新闻故事、舆论监督特色，追求快速、新鲜、生动、独家等传媒应有的特质，做深、做透、做强、做优本土新闻。抓住新媒体思路，进行内容创新改革，使节目生产中的策划、采集、制作、编排、传播等各个环节实现无缝链接、实时联动和互动，通过项目化流程再造，最终实现深层次的台网融合、网台互动。 媒

参考文献

[1] 刘冰 . 新媒体变革——跨入人本传媒时代 [J]. 传媒，2012（2）：18-19.
[2] 魏浩俊 . 传统媒体转型发展之路 [J]. 上海经济，2012（6）：61-62.
[3] 王依芸 潘财胜 . 城市广电媒体向全媒体转型的思考 [J]. 传媒评论， 2014（12）：59-60.
[4] 茅震宇 . 传统媒体与新媒体融合之问 [J]. 视听界，2015（5）：79-80.
[5] 周冲 . 互联网思维的重新审视与广电媒体的转型 [J]. 视听界， 2015（5）：75-78.
[6] 刘嵘 . 全媒体时代地市电视台的“忧”与“优”[J]. 今传媒，2015（10）：53-54.
[7] 胡舜文 . 以供给侧改革思维补好城市台短板 [J]. 中国广播电视学刊， 2016（7）：39-41

（作者单位：昆明广播电视台）

基于移动互联网技术下的媒体融合发展研究

摘　要：媒体融合是目前传媒领域无法逆转的发展态势，而移动互联网科技的兴起与发展，极大地促进了媒体融合，对媒体融合的整个过程产生了非常关键的影响。要达到媒体融合道路的长远发展，就一定要掌握移动互联网科技的基本性能，结合其对传媒造成的相关影响来调整和计划媒体融合的战略思想。

关键词：移动互联网；媒体融合；困境；发展探究

中图分类号：G304　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-051-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.018

文 / 徐俊勇

基于互联网技术尤其是移动互联网科技的高速发展和使用，以往的媒介和新媒介深入融合已成为传媒领域无法扭转的发展要求，以往的出版媒介形态、业务方式以及经营模式也由此而出现了转型和调整。本文从多角度分析当前媒体融合遇到的挑战，同时详细阐述相关的发展策略。

1. 移动互联网背景下媒体融合遇到的挑战

较长一段时间里，媒介形态是以往媒体与新媒体共存的形态，本文主要对媒体融合的相关内容展开详细的分析。

以往媒体的制作平台在 IT 基础结构上，先是在服务器计算层达到了仿真化，在现在也日益使用云计算技术完成了保存与网络的仿真化，搭配集中的云管理系统，建立出了媒体单位的私有云。

移动网络新媒介从刚开始就建立了私有云，或是租赁公有云创建 IT 基础结构。怎样实现以往媒介和新媒体的结合，是完全借助私有云或者利用公有云，这就要求大家弄明白媒体融合和混合云之间的联系。

在以往媒介和互联网新媒介的媒体融合阶段，技术部门应思考技术改进可能遇到的一系列挑战，不管是以往的媒体或者新媒体，均会遇到业务拓展问题，逐渐多的新业务产生，需兼顾提升落实制作效率，还应考虑安全与低费用[1]。而以往媒体经营方式与新媒体经营方式存在比较大的差异，怎样缩小这一差异？互联网新媒体活动对系统弹性提出了较高的要求，媒体科技的发展形势促进了媒体融合，要求注重技术改进。媒体融合过程遇到的挑战主要表现在以下五个方面：

（1）经营方式：当前媒体呈现模式比较多，PC、移动电话、社交网络系统等，商业形式方面也要求有明显的创新。

（2）管理模式：不仅要兼顾到以往媒介的管理方式，还需思考新媒介的管理模式。

（3）技术构造：云的技术构造包括三层，云管理系统也需兼顾传统媒体及新媒体。

（4）业务运用：不管是传统媒体或者新媒体，均需考虑到运用的安全性、稳定性、可用性以及扩展性。

（5）IT 运维：在以往媒介与新媒体基础构造层均涵盖许多资源，如何充分提升其使用效率、减少故障率，也属于运维方面应主要思考的内容。

2. 移动互联网科技给媒体融合提供的动力

以移动网络科技为对象的“传媒技术的建设是实现媒体融合的基本因素之一”，换言之，没有移动网络技术的建设，媒体融合将无法实现。

2.1 建立媒体新系统

从 1973 年首部移动电话诞生到现在已有几十年的时间，但其真正变成人类获得资料的媒体系统，只是短短的几年时间，移动电话用户的总数第一次超过台式计算机用户数量[2]。当前，截止到 2016 年，我国的网民数量就多达 7.20 亿，手机用户数量多达 6.57 亿，借助手机上网的用户占比很高。由此不难发现，真正让人们接受和依靠移动端媒体的并非是手机自身，实质是移动网络技术。各种媒体在以移动电话为主体的移动端媒体系统上，实现模式整合。

2.2 宽带技术条件优化

尽管在理论方面能够完成“把电视装到手机中”，但低网速高成本的现象在客观上制约到视频媒介在媒体融合背景下的正常发展。伴随宽带科技、无线系统技术的快速发展，网络宽带增强、网络成本下降，加上网络视频科技的发展，视频媒介和新媒介的充分融合变成了可能。

2.3 转变生产流程和产品形态

移动网络技术可以达到资源共享与实时传递，能够节省以往的媒体资源，特别是纸媒在运营阶段不必要的时间和物料耗损[3]。此外，数据的实时沟通传递也可以使媒体报道的创造性及针对性得到提升，以散发各种媒介在融合背景下的独特优势，防止数据赘复，传播同质化。

2.4 大数据支撑“内容为王”

媒体融合不只是媒体在模式方面的融合和改革，“内容为王”的内涵在融媒体环境下也适用，而且内容一定要对准受众的需要[4]。大数据技术的使用，便是围绕用户的要求，把用户放在媒体传导环节的主导位置，“借助媒体形式的多元化，收集受众的行为习惯、理论态度，利用信息挖掘研究出受众的基本状况，保证数据针对受众的准确投放，进一步促进受众体验。”

3. 移动互联网科技背景下媒体融合的发展策略

3.1 完善媒体管理支行制度

媒体融合主体的兴起不仅仅是资产的整合那样简单，经营发展要有新的媒体经营制度来支撑。传统的运营程序和管理模式已经无法满足媒体融合这一新的产物[5]。当前的少数实践已对制度创新进行了大胆的尝试：以受众要求的内容为基础，创建"中央厨房"式的媒体融合结构，实施业务程序再造与机构整合。另外，对以往每个媒体人员的控制和评估奖罚制度、人力资源的融入流动等均需进行详细的研究，最后创建一个整合运行和跨媒介联动的控制模式。

3.2 发挥独特优势，创建自主品牌

在媒体融合的大背景下，各类媒体模式均可以轻易得到使用，若只是把各种模式简单堆砌，不重视坚守本身独特优点，出现的媒体产品将会千人一面，丧失创新动力与人文内涵[6]。比如同样建立新闻用户端，"网易"被大家关注的关键原因是犀利的跟帖与点评，"澎湃新闻"让人们留下深刻印象的就是其原创时政稿，其中，"今日头条"凭借个性化定制获胜。虽然媒体融合注重聚合，可是无法由此而去除媒体的细化与细分。媒介具备了自身的"标签"，方可吸引与保留更多的客户。

3.3 开发内容导向路径

通过上述分析得知，不管媒体是不是融合，"内容为王"一直是媒体长远生存的关键，遵循内容导向，仍然是全部媒体建设的原则。移动互联网科技所带来的变化，对媒体判别选题的价值好坏、明确内容的优劣与否产生了较大的影响。简单的说：一方面，大数据科技的使用使媒体可以轻松明确地了解受众的要求，由此合理带来个性化的定制业务是媒体在制作内容时需要思考的重要因素。可是也有观点显示，"受众对内容的个性化制作或是参加，兴趣受限[7]。受众所希望的是管理权：能够实时查阅所有需要的内容，具备选取的权利而不是必须做出抉择。"鉴于该观点，媒体在带来个性化定制业务的同时也需要掌握好"度"，无需盲目地迎合受众偏好。另一方面，移动互联网科技给予用户诸多的主动权，单一线性的传递形式被简单明了的双向交流所代替。这也给媒体明确选题及内容提供了更新的思路：在内容报道上要不断增强用户的参与度、互动性。当前，央视推行的国内首期"融媒体"新闻点评栏目《中国舆论场》便是一次很好的尝试。新闻直播阶段，把电视、网络、移动新媒介实现统一，创新性地引进"在线观众席"，世界网络能够借助手机实现及时购票，变成节目现场参与对象，直接表述观点，向用户提问，全过程交流。

3.4 健全制度增强意识，预防侵权现象的出现

移动互联网在达到了数据的相互联通以及无界共享以后，将会产生的侵权情况，需要受到大家高度重视。首先是隐私权，在用户的各种资料被投进到大数据"云端"后，或许部分不愿意让别人干涉的"隐私领域"也受到了侵犯。其次是版权，"版权维护"在近些年日益受到大家的广泛关注，但伴随互联网的发展，又出现了新的瓶颈。新媒介产品通常会包含更加繁杂的版权权利情况，遇到了很多很繁杂的版权要求明晰以及怎样授权应用情况。如果不避免上述两种侵权问题的出现，对媒介的公信力、创造的积极性及其经济利益以及用户的基础权益均会造成负面影响。

4. 结束语

综上所述，移动互联网已经变为媒体领域发展的关键背景，若要实现传统媒介的稳定及长远发展，增加以往媒体的经营效益，实现以往媒体包含趋向"边缘化"的广播业、平面媒介等和新媒体的全面融合是非常关键的。鉴于此，相关部门和业务人员应充分掌握移动互联网背景下媒体融合的发展状况，进而采用科学的策略来创新和优化，达到融合发展的目标。媒

参考文献

[1] 刘力军 . 对广播电台微信公众平台内容生产的冷思考——以浙江省广播媒体为例 [J]. 中国出版，2016（08）：59-62.

[2] 罗青林 . 媒体融合背景下传媒企业经营管理模式分析——基于传媒史的视角 [J]. 江西财经大学学报，2016（03）：98-107.

[3] 王佳航，孟雨佳 . 移动新闻直播的制播策略初探——以中央电视台移动直播节目为例 [J]. 新闻论坛，2016（06）：12-16.

[4] 李宇宁 . 地方党报融合变革的路径创新——以广西日报"东学记"专题报道为例 [J]. 新闻战线，2017（01）：73-75.

[5] 聂自非，李英斌 . 新媒体内容集成发布平台在 2017 年央视春晚融合传播中的实践 [J]. 现代电视技术，2017（05）：26-29.

[6] 尹汉宁 . 立足优势 增强自信 在媒体融合发展中提高传播能力 [J]. 传媒，2014（15）：8-9.

[7] 王京，汤思民 . 新媒体环境下的广播实验教学探索——以广播节目制作类课程为例 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2014，36（11）：153-154.

（作者单位：甘肃日报社）

新媒体环境下新闻采编人员工作能力提升路径

摘　要：新媒体环境下的市场活力受到人们的需求影响，面对这一状况，新闻采编人员需要结合先进的计算机技术、网络技术与各种形式的媒体进行深度融合，从而顺应社会时代的发展，使自己在新媒体环境下具备时代发展的工作素质与能力。本文主要围绕如何在新媒体环境下提高新闻采编能力进行详细的探讨，并制定相关的提升策略。

关键词：新媒体时代；新闻；采编

中图分类号：G120　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-053-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.019

文 / 杨建安

引言

随着社会经济的不断发展，科学技术的不断进步，互联网技术也得到了快速发展，并且带动了新媒体时代的巨大变革。新媒体时代的来临给传统媒体行业带来巨大的冲击与挑战，同时也给传统媒体行业带来了新的机遇。随着时代的不断发展，日常生活中人们对于信息传播的速度及质量有了更高的要求。但是新媒体环境与传统媒体相比，一些新闻采编人员的自身素质提升不快、不大，使得在新闻采集层面上体现不出来差距，导致在新环境下新闻编辑的工作得不到有效的提高。

1. 新媒体时代新闻传播的主要特点

1. 1 信息海量

随着互联网技术的不断普及，网络信息资源也在不断的快速增长，并且网络信息的发展拓宽了人们接受信息的渠道，已经形成了一个完善的信息网络。目前我们都已经习惯了在茶余饭后翻看手机、电脑等移动互联网平台，从中搜索一些想要了解的信息，在面对不同信息平台的信息时，经常会出现一些差异性，需要我们的读者自己去进行判断。虽然这些互联网信息在一定程度上满足了人们对新鲜信息的及时性需要，但是大量的重复信息也对人们的日常生活产生了一定的影响。

1. 2 传播速度快

随着新媒体时代的到来，现阶段日常的新闻信息传播速度更加迅速，传播范围更加广泛，已经不再受到地域与空间的限制，经常是当下发生的事情，不出几分钟就已经传到千里之外了。现在流行的微信、微博等一些社交软件，能够让我们在第一时间就了解最新的新闻动态信息，并且通过自身软件用户的转发，可以快速地将信息分享到每一个角落里。

1. 3 较强的互动性

进入新媒体时代以后，新闻传播方式也在不断地创新发展，已经打破了原有传统新闻传播媒介的单向传播方式。以往通过传统传播媒介将新闻信息进行传送时，受众只能是待在原地被动地去接受新闻信息，即便是对于发生的新闻事件提出反馈信息，也不能得到对方的有效回复。随着新媒体时代的到来，已将原有的传播方式打破，更新了现有的新闻信息传播格局，通过各种社交软件，每一个人都能成为新闻信息的传播者，并发表自己的独家看法，这样一来不仅丰富人们日常生活，还能更加真实地反映新闻事件，并与其他用户进行信息交流共享。在享受新闻信息及时传播与互动性的同时，现阶段新闻传播中也存在些问题，那就是新闻信息传播的简单化使得新闻信息的传播变得非常混乱，其中包含了大量的虚假信息，混淆视听。因此，在新媒体环境背景下，我们的新闻采编人员更要加强对自身能力的培养，将新闻信息的报道质量进一步提升。

1. 4 对信息的需要更加多样化

随着时代的不断发展，人们的思想也在不断发生变化，对于日常生活中的新闻要求也在不断提高，已经由传统的单一了解，变为对当下发生的新闻内容进行多方面、多角度的点评。因此，作为新闻媒体的工作者，必须要顺应这种时代的发展潮流，通过不断地对社会发生的一些时事进行及时详细的报道，从根本上满足当代人们的日常新闻需求，才能有效满足社会发展。作为新环境下的新闻采编人员，自身不仅要有多样化的发展，还应增强自身对新闻采编的能力，不断提升新闻报道的质量。

2. 新媒体环境下新闻采编存在的问题

目前新媒体环境下的新闻采编普遍存在的问题归纳总结为以下三点：人才培养机制不配套、新闻采编人员的适应力低、从业人员整体素质跟不上。首先，随着新媒体不断的发展，对于自身人才培养机制没有做出相应的改变，使得一些新闻采编人员的工作能力不能够适应时代发展的需要。作为

新闻采编人员，必须要对新闻信息的敏锐观察力。其次，作为传统的新闻工作者，由于多年从事传统的新闻采编工作，导致其在新媒体环境下，不能很好地适应当下采编工作的发展，从而严重地制约了新闻信息的有效传播。最后，由于一些新闻媒体工作人员缺乏后期的专业培训，使其不能很好地完成工作任务。随着科学技术的不断发展，网络技术的应用不断提升，一些新闻采集人员落后的工作能力立刻得到显现，造成了在实际的新闻采编工作中漏洞百出。

3. 提升新闻采编能力的主要策略

3.1 重视对新闻信息的深度挖掘

随着社会发展的不断加快，人们了解新闻信息的方式也在不断增多，与传统的新闻信息传播途径相比，新媒体环境下人们通过手机、电脑等一些媒介的帮助可以及时获取各种新闻资讯。并且网络技术的普及也在丰富着人们的信息获取方式，足不出户就知晓天下事。但是，通过各个渠道了解的新闻信息也只不过是整个事件的表面现象，很少会有人真正去深入地挖掘事件背后的具体原因。为了能够提升吸引力，一些新闻媒体希望提升自己平台的竞争力，抓住一些关键的新闻事件，进行深入挖掘，从而真正抓住受众。另外，在对一些新闻事件的采编过程中，需要采编人员拥有较强的新闻敏感力，不能盲目跟风，顺手“拿来”充实自己媒体平台的资源，需要尊重新闻事实，通过努力来深入发掘事件背后的真相，从而增加新闻平台的竞争力与影响力。

3.2 创新采编形式

新媒体时代下，新闻传播的媒介及形式也发生了根本性的变化，随着网路数字化技术的不断应用，其已经成为目前新闻传播中的一个重要媒介。虽然，很多新闻采编人员仍然沿用了原有的以新闻采访为主的传统工作模式。但是，在新媒体环境下，新闻采编工作人员可以充分利用新闻采访的间隙，借助先进信息技术来创新整个新闻采编工作，不仅使新闻采访工作得到有效提升，还能大大提高新闻采编质量及采编的工作效率。因此，作为新闻采编工作人员，必须要注重与受众的直接沟通，真正做到了解受众的实际需求，从而保证对于新闻事件采访的真实性和全面性。

3.3 增强新闻工作者的社会责任感

作为新媒体环境下的新闻采编人员，必须要深刻认识到目前新闻工作环境下，采编人员对社会的重要影响，不断加强关注与社会民众的沟通，使新闻报道更加贴近生活，从而不断提高对社会民众的吸引力。值得注意的是，在提高自身新闻影响力的同时，也要找准新闻采编工作的方向，不能出现胡编乱造的现象。作为一名新闻工作者，不仅需要承担一定的社会责任感，还需要发挥出新闻媒体的巨大作用，强化自身的责任意识，严格要求自己的工作行为，保持对社会和受众负责的态度，认真完成自己的新闻采编工作。面对琐碎复杂的新闻要真实报道，认识到新闻真实性的重要性，不断提高学习积极性，通过对以往工作的经验总结，不断提高自己的工作能力。

3.4 新闻采编人员的能力培养

作为一名新闻采编工作人员，必须要重视自身工作能力的培养，不断提升新闻编写的质量。通过采取一些适宜的措施方法来提高自身新闻的采编工作能力，在进行新闻报道时要不断强化新闻报道的连续性，挖掘出整个新闻信息的本质，通过提升自身采写编辑能力，使新闻的可读性不断提高。在挖掘新闻时，对于一些复杂的新闻内容必须要进行筛选和判断，要高度重视整个新闻的真实性，随着新闻发生的时间不断变化，在进行新闻采编时，工作人员必须要注重新闻的时效性。作为一名新闻采编人员，要想提高自身的新闻采编能力，必须要积极参加新闻工作能力的培训，新闻单位要为新闻采编工作人员提供一个多样化的学习平台。同时，作为新闻从业工作人员，需要具备一定的综合能力，努力把自身锻炼成为一个复合型人才，从而在新闻工作中能够游刃有余，有效提高新闻采编的工作质量。

4. 结语

综上所述，随着新媒体时代的到来，为了能够让新闻采编人员对当下一些热点新闻信息进行深度挖掘，必须要在日常培训中注重新闻采编人员的新闻敏感性培养，加强新闻工作人员的社会责任感。媒

参考文献

[1] 李薇 . 新媒体时代下提升新闻采编能力的策略分析 [J]. 西部广播电视，2017（11）：138-139.

[2] 王立超 . 探讨新媒体时代新闻采编能力培养方法 [J]. 西部广播电视，2016（07）：148.

（作者单位：云南双柏县广播电视台）

数字化冲击下图书出版产业竞争环境与对策

摘　要：数字媒体的高速发展给传统的图书出版行业带来了巨大的机遇与挑战，在数字化冲击下图书出版行业的发展和竞争环境日益恶劣，加速数字电子技术在出版行业的推广和应用成为传统纸质出版行业向数字化出版模式转型的关键。因此本文基于前人研究的角度对当前我国数字冲击下图书出版的竞争环境进行了系统的分析和研究，并针对图书出版行业发展面临的机遇与挑战，重点分析了应对这种技术变革和行业发展要求的有效策略，旨在进一步促进我国数字化图书出版行业的发展。

关键词：数字化；图书出版产业；环境；对策
中图分类号：G239.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-055-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.020

文 / 成　微

引言

当前数字技术已经渗透到了社会的各个领域当中，对传统的生产、经营模式带来了巨大的冲击，并对人类发展进程产生了革命性的影响。一直以来我国出版行业面临出版形态有限、数字化转型缓慢以及管理和运营模式单一的问题，难以适应国内文化产业的发展步伐。信息技术和数字技术的不断发展给图书出版行业的变革和管理带来了新的机遇与挑战，并进一步加剧了行业竞争。

1. 数字化冲击下图书出版业面临的竞争环境

1.1 新型资本势力的冲击

在传统的社会基本制度和基本的经营管理模式下，民营资本和海外资本难以进入到图书出版体系中参与竞争，从而在制度的约束下导致行业整体的竞争意识和抗压能力有限。但是在数字化的冲击下，由于制度和管理机制的滞后，很多民间资本或是海外资本进入到传统的图书出版行业中，如苹果、亚马逊以及谷歌等依托自身强大的资源和资金实力而建立起属于自身的图书或是出版系统，与传统的图书出版模式相比更具优势，大力推动了图书出版行业的转型和发展，并营造了一种更具竞争力的发展环境。

1.2 产品的更新迭代

信息技术和数字化技术的飞速发展极大地推动了新媒体设备和产业的发展。一方面以计算机、广播、电视、电子游戏等为代表的多媒体设备的普及与推广极大地冲击了传统媒体的传播渠道，这种信息传播介质的改革和发展对于图书出版行业带来的影响可以说是革命性的，人们可以通过各种移动终端设备接受来来自不同国家和地区的新闻讯息，做到不出门而知天下事；另一方面数字出版模式直接代替了纸质出版的传统地位，电子书、网络小说、多媒体课件等传输介质越来越成为广大群众普遍接受和使用的主要新闻媒介形式，并逐渐培养了大批的客户群，这种产品的更新换代也使得传统的纸质媒体越来越难以满足群众的信息需求，传统媒体的改革与创新迫在眉睫。

1.3 行业内的不良竞争

出版速度和出版质量之间往往存在着不可调和的矛盾，在激烈的市场竞争中很多图书出版企业为了赢得一线发展契机，一味地注重提升出版的速度，而逐渐忽视内容的生产能力和竞争力，导致出版商之间的恶性竞争十分明显，甚至存在相互抄袭、同类型出版产品反复重复等问题，也存在大量的营销运作雷同等问题，使得图书出版行业整体质量水平呈不断下降的趋势。与此同时，国内、国际上的高科技公司如苹果、谷歌等大力开发移动阅读和数字阅读技术，并建立了相对完善的产业链，高歌猛进地向传统的图书出版行业进发，不断挤占图书出版业的生存空间，并深远地影响了出版行业的发展格局。

2. 数字化冲击下图书出版行业发展对策研究

通过对数字化冲击下图书出版行业的发展环境和动态、静态发展趋势进行分析可知，在数字化冲击下图书出版领域内机遇与挑战并存，新时期要想实现图书出版行业的跨越式发展，搭上信息技术和高新技术发展的快车，必须主动抓住机遇，迎接挑战，主动认清社会发展的大环境和行业内发展过程中的主要问题，从政策制定和执行两个方面来进行重点把握，从而焕发出图书出版行业新的生机与活力。

2.1 规范市场，加强版权保护

当前传统的图书出版行业的发展面临诸多问题，其中的一个重要原因就是出版行业的市场发展不规范，存在很多政策和管理上的漏洞，且政策执行和监管机制不健全，给行业乱象的产生和传播有了可乘之机。同时，由于一些历史和现实的原因，导致我国的法制系统中还没有形成一套对版权保

护的完整体系，剽窃、摘抄以及生搬硬套等现象盛行，且这些行为所带来的惩罚相对较小，从而制约了我国出版行业的数字化发展。因此，一方面国家相关立法部门要充分重视规范图书出版行业的经营和管理活动，不断完善相关法律体系，并在加强立法的同时强化执法监督，严厉打击破坏行业规范的行为；另一方面，还要不断完善版权保护力度，加大版权监管的技术研发，让权益保护法成为规范行业管理行为、保护原创和正当传播的重要工具，只有规范了行业市场，保护了图书出版著作权不受侵害，才是纸质图书出版向数字化图书出版业的转变的关键所在，才能为数字化图书出版行业的发展营造一种优质的环境。

2.2 搭建数字化公共平台

在信息技术和互联网技术不断发展的今天，不断加大科学研发投入，提升整个行业的创新能力和实践能力是推动图书出版产业不断前进的源动力。从现实情况来看，我国在该领域内的科研投入力度还远远达不到发达国家的投入水平，创新能力较弱，总体实力不强。因此我国相关部门应该逐步加大数字化图书出版技术的研究和开发力度，建立起覆盖高校、科研院所以及出版商之间的创新同盟，树立科技创新理念，加大在关键技术、共性技术研发等方面的投入力度，并注重搭建数字化的公共服务平台，保证信息共享平台内信息的交互性和共享性，为图书出版行业的硬件和软件建设提供稳定的技术输出。同时要在行业发展的基础上建立图书出版公共服务平台和数据库系统，并基于行业发展需要开发个性化的软件操作平台，在搭建软件和硬件平台的基础上有效的整合行业资源，加快行业内经营和管理模式的转变，基于国内外图书出版行业发展现状制定行业发展制定商业运营模式，并规范行业标准，从而达到提升行业规范程度、促进行业整体稳步发展的最终目的。

2.3 加快人才培养机制的建设，培养高素质的复合型人才

在移动互联网技术和信息技术不断发展的前提下，对于高素质的复合型人才的需求也呈显出井喷式增长。对于图书出版行业来说，数字技术和信息技术的大力引进和不断推广已经将行业转变成密集型、技术型的高科技产业，同时数字设备和平台的运转需要大量有扎实的数字技术并精通出版业务的复合型人才参与到行业建设中来，积极发挥自身的技术和管理优势，为推动数字化图书出版行业的发展添砖加瓦。因此，出版行业应该基于行业背景和企业发展需求建立多层次的人才培养机制和训练体系，帮助图书出版行业的相关从业人员尽快地熟悉数字技术和网络技术，掌握基本的数字化操作规程和简单的数字化工具的使用，并在实践中不断摸索和成长。同时，相应的高等院校也应该开设相关课程，在人才培养方便高度重视现代科学技术交叉学科的设置，聘任具有资深从业经验和扎实的数字技术基础的专家团队担任讲师，尽快培养出一批可以适应数字图书出版行业发展的高素质复合型人才。

2.4 加快资源整合、优化资源配置

数字技术的飞速发展给传统的图书出版行业所带来的冲击不是一方面的，很有可能带来的是一场伟大的行业技术革命和深远的行业变革，将加速产业链的升级、转型和重组，同时新型图书出版行业的产业链与价值链增值能力更强也更加复杂。因此加快资源整合、优化资源配置成为图书出版行业发展的大问题。产业部门应该在宏观上引领产业转型和系统升级，建立高效的沟通机制和交流平台，鼓励上下游企业之间建立具有战略意义的产业联盟，加快产业链各环节之间的协同运转，促使整个行业发展和系统升级有条不紊的进行。

3. 结语

综上所述，进行数字化和信息化建设是当前提升行业发展水平，加快产业链升级的关键所在，也是迎合时代发展要求，推动我国传统行业数字化转型的重要依托。为此国家相关部门要抓住历史发展机遇，规范出版市场，加强版权保护，搭建数字化平台，致力于培养高素质的符合性人才，并进行资源整合，优化资源配置，才能在激烈的市场竞争中占有一席之地。媒

参考文献

[1] 贾瑞娜 . 数字化时代图书出版问题及对策研究 [J]. 科技传播，2017，9（03）：36-37.

[2] 孙玲 . 数字化冲击下我国图书出版产业竞争环境与对策 [J]. 出版发行研究，2015（04）：35-37

[3] 张晓军 . 从图书出版发展规律看图书出版的数字化转型 [J]. 出版广角，2014（Z2）：111-113.

（**作者单位：**江苏河海大学出版社）

论新媒体环境下纸媒的困境与创新

摘　要：随着新媒体技术的不断革新以及融媒时代的快速降临，传统纸媒的发展呈现出巨大的危机。临危机而不倒的纸媒一次次激发自我潜力，不断克服困难与阻力，以创新发展机制不断开拓向前，在融媒时代自成一脉。本文以当前媒介环境为重要背景，以纸媒的发展现状作为切入点，对当前纸媒的窘境深入剖析，并提出针对性建议，以期对新媒体环境中的纸媒发展提供实际可行的建议。

关键词：新媒体技术；传统纸媒；创新；窘境
中图分类号：G124　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-057-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.021

文 / 李　洁

引言

从广播、电视等传统媒介出现开始，纸媒便始终生存在危机之中，甚至有人预言面对广播、电视等传统媒体，纸媒的末日将会快速来临。一次次的阻碍与挑战尽管没有扼杀纸媒，却一再缩小纸媒的生存空间。在融媒时代，发行量锐减与受众数量下降无疑成为纸媒发展桎梏，若没有突破与创新，纸媒势必会逐渐走弱，直至最终消失。纸媒窘境的形成主要受到自身限制与新媒体的多元冲击：一方面纸媒传播渠道狭窄，缺乏多渠道构建策略，单纯的文字与图片讯息难敌其他媒介的声画效应；另一方面新媒体环境的优化催生了强大的自媒体与网络媒体，使之成为受众追逐的主要对象，这不仅削弱了纸媒的影响力，也对其媒介运营造成了极大的负面影响与竞争压力。

1. 纸媒概述

1.1 纸媒历程

纸媒作为最为古老的传播媒介，经历了媒介传播的各个时代，自公元前 60 年恺撒将事件信息以木板记录开始到我国印刷术的出现，纸媒不断优化发展，最终作为“媒介之王”，成为大众层面的信息传播媒介。进入到 14 世纪中叶，古登堡发明的金属活字印刷术的出现，印刷报纸逐渐进入大众视野，成为近、当代报纸的雏形。进入工业革命时期后，以报纸为主要传播媒介的大众传播时代正式到来。随着近代广播、电视等媒介出现以及新媒介时代的到来，纸媒发展历经沧桑，尽管每况愈下，却依旧活跃在大众的视野之中。

1.2 纸媒特征

纸媒的特征主要有单一性、滞后性以及特殊性。单一性主要是指纸媒大多以纸张为讯息载体的传播媒介，如报纸、杂志、图书等，传播介质的单一性与依赖性较强，这是传统纸媒的典型特征。滞后性是指纸媒讯息的滞后性，时效性是新闻信息的生命，纸媒受到其编写体系限制以及印刷时间的影响，讯息的时效性较差。特殊性是指受众的特殊性，纸媒的文字、图片对文化水平、知识阅历有着一定的要求，因此也对受众的信息获取造成了一定的影响。

2. 融媒时代下纸媒的窘境分析

2.1 新媒体的“多元冲击”

新媒体的“多元冲击”主要是指当代媒介环境下，行业竞争加剧势必为纸媒带来严重的生存压力，既有来自不同层次纸媒的业务垂直竞争与品牌纸媒的流量竞争，也有各大新型社交媒体的用户争夺与 UGC（互联网个性创意产品生产行业）的内容生产竞争等。多元冲击直观表明了新媒体时代下媒介技术的发展对媒介运营的重大影响，多功能、多渠道的媒介发展策略逐渐成为媒介生存的砝码，但纸媒由于自身限制，远没有成熟有效的传播策略，因此在冲击下不断遭受行业压制，加之传统发展思维限制，纸媒举步维艰却又缺乏有效运营，难以与新兴媒体匹敌。纸媒承受的“多元冲击”实则是当前纸媒窘境的最大因素与现状，尤其以互联网为代表的新媒体，在讯息采集与传播上有着传统媒体无法比拟的时效性，纸媒讯息价值的流失往往造成受众关注度的下降，而由此带来的发行量缩水也意味着纸媒发展逐渐势微。

2.2 纸媒的“先天缺陷”

以文字图片为信息载体的纸媒相对于电视媒介、网络媒介以及当前的自媒体、多媒体视听盛宴，纸媒的“先天缺陷”亦是其现今窘境的主要因素。“先天缺陷”主要表现在两个方面：首先，纸媒传播形式与信息载体的单一性对当代受众的吸引力小。相对于文字、图片信息来说，视频讯息往往满足了受众对真实性的追求与再现，因此纸媒尽管详尽务实，却不能轻易在融媒时代中快速获得广大受众的关注度，往往容易被忽略，从而影响其自身发展。其次，纸媒除了拥有自

身的传播理念与文化认同性，往往还潜意识中对受众进行了一定的分层。作为纸媒的受众，往往需要一定的知识文化水平、阅历与逻辑思维能力，主动辨析纸媒传递的信息内容，这种“二次读取”的信息传播方式既不能满足受众广泛的需求，又对受众本身有着一定的条件要求。

2.3 品牌与创新的“东施效颦”

品牌价值的流失与创新手段的缺失无疑是当今纸媒窘境的重要表现之一。以品牌价值来看，不少媒介为了扩大自身影响力，以猎奇新闻或者充斥着低俗媚俗的信息内容吸引受众，甚至不惜以“假新闻”博出位。品牌价值的流失还表现在纸媒核心价值体系的缺失上，比如部分图书缺乏文化理念与发展方向，不断触碰道德底线或法律底线而哗众取宠。再从创新手段来看，融媒时代资源的便利共享弱化了纸媒的创造力，争相模仿成为纸媒最经济、最有效的创新手段。除此之外，纸媒的平台优势与知名度有着一定的“等级”，但从其内容生产体系、风格与模式方面来看，往往是大同小异。当地域传播垄断被打破，面对全国、全网竞争时，纸媒之间的简单模仿与借鉴会成为“东施效颦”般的尴尬。

3. 新媒体环境下纸媒创新发展策略

3.1 媒介经营立足于新媒体环境

新媒体环境给予了新媒介充足的发展动力与技术支持，同时也为传统媒体的革新创新提供了强大机遇，对于纸媒也是如此。纸媒要想快速摆脱现状，势必要与新媒体环境相融合，利用融媒趋势，将新媒体技术引入到自我发展过程中，不断开拓新的传播渠道与传播形式，以获取各年龄、各阶层受众的关注与喜爱。如人民网、新华网等网络媒体与传统纸媒相结合的案例，既满足了网络媒体采编信息体系的不足，同时又开辟了纸媒新型的网络传播渠道，并以声画效果为传播形式，相互取长补短，形成互动性媒体组织，以最大量、最丰富的信息产品内容吸引受众关注，以达到提升自身市场价值的影响力，实现完美的媒介运营目标。总而言之，立足于新媒体环境既是当前纸媒破茧成蝶的唯一途径，也是纸媒创新策略的基石。

3.2 强化纸媒的专业性与权威性

以网络媒体、自媒体为代表的媒介新形式既是融媒时代的新生儿，拥有无尽的潜力与动力，却也由于发展速度过快、发展经验缺失而存在根本性“缺陷”——专业性与权威性缺失。专业性与权威性恰好是纸媒的重要优势，如深度报道，不仅真实还原信息内容与事件场景，更能够通过深入发掘为受众提供多层面的信息，这在信息爆炸时代背景下传播信息的混杂性进行了有效筛选，满足受众对信息与真相的需求。纸媒拥有新媒体无法享有的核心竞争优势，这同样也是纸媒发展动力的重要组成部分。“内容为王”是当前纸媒需要高度秉持的发展理念，通过专业性与权威性的信息传播成为新媒体生态中的一股“清流”既是特色，也是制敌取胜的重要“法宝”。

3.3 创新与品牌的构建

创新并不是简单意义上的相互学习与模仿，千篇一律的媒介风格与相互模仿的内容形式往往容易遭到受众的抵触，且这也并不是创新，而仅仅是模仿，甚至是“抄袭”。纸媒的当代创新手段主要有两点：第一是加快自身与其他优势媒介的融合速度，如网络媒体、自媒体等；第二是创新媒介风格与内容形式，做到与众不同却又为受众提供优质服务，这可以从专业化媒介方向、细化媒介功能角度出发。此外，品牌的构建也是纸媒重获新生的必经之路：首先要保持与强化信息内容的专业性与权威性；其次要不断完善自身，重视核心品牌价值体系的构建，以优质的服务理念与高效品牌价值促进自身发展，方能在融媒时代屹立不倒。

4. 结论

纸媒陷入窘境是历史必然，毕竟新媒体环境与融媒时代的到来催生了新型传播媒介，其分庭抗礼之势极大程度地增加了传统纸媒的生存压力。但在发行量下滑、传统纸媒经营艰难的局面下，时代与环境也赋予了纸媒极大的发展机遇。只要纸媒能从自我发展现状入手，利用新媒体有效改进自我缺陷并保持自身发展优势，同样会以焕然一新的姿态展现在世人面前，相信纸媒不会湮灭在历史的长河中，经历这一次的磨难，化茧成蝶必定指日可待。媒

参考文献

[1] 徐波 . 探究传媒数字化背景下的媒介融合与全媒体传播 [J]. 科技传播，2017（10）.

[2] 谢洛静 . 初探“融媒时代”下报纸的生存之道 [J]. 现代交际，2012（10）.

[3] 王冰灿 . 去芜存菁：新媒体时代下纸媒的生存之道 [J]. 新媒体研究，2016（01）.

（作者单位：电子工业出版社）

网络新闻编辑与报纸编辑比较分析

摘　要：随着计算机网络技术的发展以及互联网应用技术的进步，特别是以手机为主的移动互联网的普及，使得网络信息与绝大多数人都息息相关。与传统的纸质新闻媒体相比，网络新闻的传播渠道更广阔，传播方式更便捷。但网络新闻也存在诸多的弊端，有着明显的缺陷。通过对传统新闻编辑与网络新闻编辑的比较，有助于对当代新闻编辑工作有一个更为深入和理性的认识。

关键词：网络编辑；报纸编辑；比较；发展
中图分类号：G213　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-059-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.022

文／宋　蔚

网络新闻与传统报纸新闻相比，在传播方式上差异很大，但是作为新闻传播基础的编辑无论对于网络新闻还是传统报纸新闻都是不可或缺的。网络新闻在计算机发展的基础上有了惊人的进步。当前网络新闻与报纸新闻拥有不同格局特点，并且受众也有差异，因此对于它们孰优孰劣的评价不可片面，并且两者在新闻编辑层面虽有很大的差异却也有一致的地方。二者间对比的异同点在很多方面均有体现。

1. 网络新闻编辑与报纸新闻编辑的相似点

1.1 编辑程序一致

报纸编辑在对新闻进行报道、编辑的时候，通常包括稿件的组织、选择、修改以及版面设计等流程，串联、整合以及把关新闻作品生成的全过程。而网络新闻编辑则是在传统的报纸编辑工作基础上，通过增加网址和网站链接，对新闻作品进行版面设计、多媒体声效的处理，从而实现新闻作品的图文融合。由此可见，从新闻作品生成的过程看，无论是网络新闻编辑还是报纸新闻编辑，他们的工作流程是大同小异的。

1.2 编辑目标一致

网络媒介作为新时代科技进步的产物，一方面促进了社会新闻传播多样化方式的构建，另一方面改善了人们传统的记录手段和思维模式。以编辑目标为切入点，无论是网络新闻编辑还是报纸新闻编辑，它们都是通过更新与改良其传播途径，从而提升新闻的便捷度与读者的满意度，最终目标都是为了向读者提供更加优良的新闻传播平台。

2. 报纸和网络新闻编辑工作的不同点

2.1 稿件编辑差异

从新闻标题分析发现，题文高度切合的同时还要保证语法规则的正确是报纸新闻标题的基本要求；而网络新闻标题则必须呈现出对新闻事件的高度概括，具有极强的吸引力。众所周知，新闻标题是吸引受众点击率的关键，是新闻网站的生存基础。由此可见，想要提高新闻的点击率，新闻标题出彩是前提，只有这样才能确保新闻最大限度的传播。

对于新闻文字和图片编辑而言，报纸新闻以文字为主来反映新闻真实情况，因而特别注重文字的语法和修辞格式，书面性也较强。反观网络新闻编辑，他们具有相对稳定的编辑体系，对新闻事实进行以口语化为主的精炼描述是其最突出的特征，同时在编辑新闻时插入符合题意的图片，不仅美化了版面，而且使新闻内容生动、形象，从而提高了新闻的趣味性。但是我们也应当清晰地意识到，网络新闻编辑的图片应用还不够成熟，固定完善的编辑体系目前还没有建立，因而努力探索研究是新闻学者目前的重要任务[1]。

网络新闻的一个最大特点就是能够采用多媒体方式呈现新闻事实，而且在网络新闻编辑中还可以应用音视频编辑，这和报纸编辑具有极大差异。此外网络新闻在编辑过程中会插入切合题意的图片以及相关音频。由此可见，相对报纸新闻编辑而言，表现形式更为丰富多样是网络新闻编辑的一大特色。

2.2 版面设计差异

作为报纸新闻编辑中重中之重的版面设计是报纸的一种发言方式。报纸新闻的版面设计越新颖独特，就会给受众留下很好的第一印象，因此提高新闻吸引力可以采取强化版面设计这一重要手段，也能体现报纸新闻编辑的特色。同时一些专业名词也会出现在报纸编辑版面设计中，如开张、大小样等，在报纸编辑的过程中要重视这些专业名词，因为深刻的学问往往隐藏在每一个名词的背后。然而在网络新闻编辑中，版面设计就只需满足受众的阅读需求即可，因为它只是起辅助新闻事实的作用，且与报纸新闻相比在词语运用上要求不算严格。

2.3 文字编辑的差异

读者在对网络新闻进行阅读的时候，注意力受到屏幕饱

和度、光线明暗度的影响，容易产生视觉疲劳。所以编辑在编辑网络新闻的时候要针对新闻事实的特点选择有针对性的编辑方法，尽量避免使用一些修饰过于复杂、辞藻太过华丽的编辑手段，做到文字的平实无华，以突出信息的传播功能为主，以免影响新闻信息的网络传播速度和读者的阅读舒适度[2]。另外网络新闻不宜与报纸新闻一样采取长篇大论的叙述形式，即便是必须使用长标题的语句，编辑也要注意利用标点符号对其进行切割，以便让读者在短时间内理解、掌握新闻的中心思想。

2. 4 编辑程序的差异性

2.4.1 两种编辑程序存在差异性

报纸新闻编辑对程序要求十分严格，新闻要严格依照采集、编写、程序添加等进行填写和输入。因而报纸编辑部门通常会有各职责部门独立的程序制度和代码，非专职人员和非编辑人员无法进行使用和程序编写。譬如在报纸的排版方面，首先需要编辑人员在录入机上进行初稿的小样录入打印，然后由不同分工的员工进行逐一的文字审核和样板校改。更为严格的一条是报纸新闻编辑所编辑的程序必须在指定的报纸期刊进行激光胶片、PS 排版或在专门的网站上进行发表。

网络新闻编辑，在编辑文章的程序上突破了条条框框的束缚，不仅没有诸多代码，更没有专门的录入设备，网络编辑可以借助任意的通讯和录入设备发布信息。诸多的微信平台、新浪博客、私人网站、百度贴吧、各种人气网站和讯息网站等，均已是网络编辑发放文件的平台，程序十分简单，但前提是必须在法律制度的规定范围之内进行新闻编辑以及信息公布。当今网红的出现，就是一个很好的案例。

2.4.2 编辑时间和空间上存在差异性

报纸新闻编辑和网络新闻编辑的工作时间与排版时间存在一定的差异性。报纸新闻编辑具有严格的出版时间限制，一般分为天、周、月等进行出版。报纸新闻编辑的素材也是已经发生过的事情，故而报纸新闻编辑人员编辑稿件的时间局限于上班期间。而网络编辑则无需受时间的限制，可以随时随地地进行实事求是的新闻编辑和发表，对当天出现的突发事件亦可以第一时间发布在各大新闻网站上，不仅有“全天性”的效果，更凸显了“即时性”的效应。故而不难看出，两种编辑形式在发布信息的时间上存在一定的差异性。

2.4.3 信息资源的获取上存在差异

报纸新闻编辑和网络新闻编辑在信息资源的获取上存在诸多的差异性。报纸新闻编辑获取信息资源的途径一方面是在独立的编辑部网站中搜集，另一方面是在与编辑的互动对话中进行编辑。但是无论是何种方式，新闻编辑讯息的选材必须要符合报纸编辑部门的要求。而网络新闻编辑的信息和素材可以在全球联网计算机的资讯中进行搜集筛选，在庞大的数据库内搜索任何信息进行编写。不仅如此，在编辑与读者互动环节，网络新闻编辑可以实时地通过网站、微信、软件留言平台等诸多联网系统进行沟通和交流，从而获取更多多元化的新闻编辑讯息途径。

3. 网络新闻编辑与报纸新闻编辑的审核及把关

无论是哪种形式的新闻编辑，在传播新闻时都必须经过程序化、科学化的审核流程方可公布于众。在这方面，传统的报纸新闻更具备较强的被审核性，不易发生新闻事故；而网络新闻编辑则容易受到网络开放性的影响，忽略对新闻内容真实性的监管，并且有时候即便对一些不法的新闻内容进行了 IP 封锁，人们还是可借助不同的节点实现登录操作。

在网络编辑的审核环节上，一直缺少与之相关的管理部门以及健全的法律体系的维护，因而造成海量的垃圾信息、虚假信息、扰乱社会治安的信息的流出。虽然网络新闻本身就是一个侧面的社会舆论监督机构，但是也不乏有真假难辨的信息在新闻网站中肆意猖獗传播。就此情况，一方面要由互联网后台的信息维护部门创建严格的信息筛选工作，对不良讯息进行严格的审核和有效的清除；另一方面国家和政府还应该建立健全网络新闻编辑的法律体系，对出现危害社会秩序的信息来源进行调查和追究。此外，可以组建一个由广大群众构成的抵制不良信息的机构，借助社会监督舆论体系，对不良的网络新闻进行及时的举报和反馈，从而构建“实效性”“真实性”“全面性”的综合网络新闻编辑体系。

4. 结束语

综上所述，网络新闻编辑与报纸新闻编辑之间既有相同点，也存在较大的差异性。但是，它们之间的差异从传播学和新闻学的角度来说，又体现了各自的优点。因此，如果网络新闻编辑与报纸新闻编辑互相借鉴融合，新闻编辑将会实现长久发展。服务社会，造福人类。媒

参考文献

[1] 潘胜华 . 网络新闻编辑与报纸新闻编辑比较 [J]. 新闻界，2007（03）：122-123.

[2] 刘雅娟 . 网络新闻编辑与报纸新闻编辑比较 [J]. 中国传媒科技，2012（22）：155-156.

（作者单位：哈尔滨市第十三中学）

信息时代下编辑在审稿中对论文学术不端行为的把关作用

摘　要：在如今信息快速传播的时代，为信息化时代发展提供机会的同时也带来了挑战。信息化是当今时代发展的大趋势，代表着先进生产力，信息传播形式的变化，对编辑的个人素养及其能力提出了更高要求。而期刊编辑作为最后的把关者，也应加强在审稿中对论文学术不端行为的筛查和把关。基于此，本文从审稿阶段、编校环节、出版阶段三个方面，探析了信息时代下编辑在杜绝学术不端行为中该如何利用大数据检索、网络投审稿系统等发挥作用。

关键词：信息时代；编辑；审稿过程；学术不端

中图分类号：G232.2　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-061-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.023

文 / 齐孝声　曾　玲

随着信息快速传播，国内学者对学术不端行为的重视程度也越来越大。编辑在审稿中如何察觉此类现象十分重要。在第十三届中国科技期刊发展论坛上，谈到我国科研诚信现状时，中国科学院院士朱邦芬用两个“史无前例”来形容：一是我国科研诚信问题涉及面之广及其严重程度史无前例；二是社会各界对科研诚信问题的关注度史无前例。“科技期刊在维护科研诚信建设方面是大有可为的”[1]。而编辑在审稿中也应对论文学术不端行为起到把关作用。

1. 审稿阶段

1. 1 编辑初审环节

1.1.1 查重软件比对

目前国内已有的查重软件有中国知网的学术不端文献检测系统，万方数据的论文相似性检测，维普的论文检测系统。通过这些系统可以从大数据上检测论文是否存在剽窃、过度引用、重复发表等简单的学术不端行为。研究发现，论文在投稿时可能没有上述学术不端行为，但是由于科技期刊审稿到发表之间时段性，在论文发表前再次查重可能会发现有学术不端行为[2]。因此《重庆医学》采用的是在作者投稿、每次返修、发表前进行文字复制比的检测，以此排除简单的学术不端行为。

1.1.2 关键词检索

目前自动检索采用百度学术查看深度的学术不端行为，目前计算机软件还难以识别深度的学术不端行为，包括作者对抄袭、剽窃的内容做了技术处理的，这时候就需要编辑经过深入比对、逆向分析才能发现。对筛选过后根据投稿人信息查看所投稿件发现有疑问的，对怀疑可能存在学术不端的稿件进行手动检索，采用知网的专业检索或高级检索，查找相关文献进行题目、摘要等的比对，同时对作者以往研究方向以及署名单位既往科研成果进行检索，排查存在深度学术不端的行为。

1.1.3 投稿信息的仔细核对

投稿人和论文作者信息不符合，需特别警惕。如果这些论文来自于同一个投稿邮箱、同一个时间段、同一个人所投，所投稿件涉及多个专业，多个领域，由此可以推断是第三方代投稿件。另外投稿信息不全，包括论文中没有写作者姓名或者单位的[4]，在后期稿件审核通过时，才要求添加作者信息的也需要警惕稿件的来源。并且通过定期分析投审稿系统的来稿量（日均来稿量）及地区分布数和来稿单位、作者邮箱等，若某日出现波动的来稿量，需关注。如一个投稿邮箱在几天之类密集地投多篇论文，则需要仔细核对论文内容、作者单位、论文涉及的学科，筛查是否是第三方代投。

1. 2 同行专家评审环节

同行评审专家库需要编辑定期调查研究，里面有部分专家审稿不积极，或者审稿把关不严谨，需要编辑更新专家数据库，并将审稿符合要求的专家纳入数据库，建立动态的专家数据库。面对这个问题，《重庆医学》作为综合性医学期刊，将编辑归分学科，每个编辑负责不同的学科。通过这些方法将期刊编辑向学科编辑转化，了解专家研究领域，送审稿件更加准确，这可以使专家更能把握这篇文章的研究内容，如出现深度的学术不端问题，专家也更加容易察觉。通过同行评审的稿件最后还需上定稿会，《重庆医学》每月定期举行一次定稿会，由责任主编主持，十多位多学科专家共同把

基金项目：2017 年重庆市科学技术期刊编辑学会期刊出版研究基金项目（CQKJB201703）。

关，针对稿件的学术价值、创新性、实用性、发表栏目、修改意见等进行了讨论，剔除存在学术不端、创新性不足、无参考价值等不符合要求的稿件。

2. 编校环节

2.1 录用后信息需要认真核实

录用后变更单位、作者信息的情况：（1）不建议硕士期间写的论文更改为现在的工作单位。因为论文的著作权属于原来的学校，可以在作者简介的地方加以补充，如“作者现在某某单位工作”，作者单位调动想变更的情况同上。（2）作者希望将原来没在作者署名中的人增加为该论文的作者之一，这个需要作者出具书面说明，如理由充分，同时满足以下四个国际医学杂志编辑委员会（ICMJE）建议作者署名标准[5]：对研究的思路或设计有重要贡献，或者为研究获取、分析或解释数据；起草研究论文或者在重要的智力性内容上对论文进行修改；对将要发表的版本作最终定稿；同意对研究工作的各个方面承担责任以确保与论文任何部分的准确性或诚信有关的质疑得到恰当的调查和解决。可以按照国际出版伦理委员（COPE）推荐的“作者变更（a）通讯作者在发表前要求增加额外作者”的相关流程处理[6]。为避免作者署名争议，最好建议在作者投稿时就要求其提供作者贡献声明，作者如有变更，也需提供变更之后的作者贡献声明。

2.2 校样核对邮件通知作者

作者投稿时要求录入所有作者的联系方式，发送给作者最终校样同时抄送所有作者，以便每个署名人都能核对到论文。通过校样核对邮件通知所有作者，特别是第一作者和通讯作者，可以便于编辑核对作者署名的真实性，筛查不当署名行为。

3. 出版阶段

3.1 建立出版后的处理措施

出版后遇到学术不端的论文也需要有相应的规章制度，《重庆医学》对作者出现一稿多投、重复发表和学术不端情况时，给予严肃处理，情节严重的，还将追究作者相应责任。对医学期刊出版遇到涉及利益冲突的学术不端，《重庆医学》也提出了相应的处理流程建议[7]。对出版后出现学术不端行为的论文目前多数期刊采用的是直接从数据库删去原文，但这样对作者不能起到警示作者，同时也不能提醒读者注意，因此，对于出版后的处理方式，比如刊登撤稿声明、更正声明链接原文等还需要期刊届与各大数据库共同探索才能从末端处理学术不端行为。

3.2 对科研学术不端的宣传

近年来，随着学术界不断有撤稿事件的发生，从积极的角度来看，这也是体现了我国越来越重视科研诚信问题，如果能借此机会，对科研机构和科研人员加强科研诚信的教育，也是一件不错的事。目前，还是有很多科研工作者对学术不端认知能力缺乏[8]，如过度的引用参考文献等。针对这种现象，《重庆医学》多次举办了面对临床医学科研工作者的讲座如《医学科研中的涉及的科研诚信问题》等。从学术不端案例分析、作者署名、医学伦理、利益冲突、临床试验注册等方面进行宣传，提高科研人员对学术不端的重视程度，从源头上减少学术不端行为的发生。

4. 小结

信息和信息技术革命，正以前所未有的方式对社会变革的方向起着决定性作用。期刊作为学术成果的传播者，对于科研诚信的问题有着不可推卸的责任，除了事后的规范性处理，事前也应严谨对待，严格筛查。而在信息快速传播的时代下，期刊编辑作为最后的把关者，也应加强在审稿中对论文学术不端行为的筛查和把关。媒

参考文献

[1] 赵睿 . 科技期刊维护科研诚信大有可为 [OL].（2017-10-9）[2017-09-25]. https：//mp.weixin.qq.com/s?__biz=MzA4OTI3MjM4MA==&mid=2649125480&idx=1&sn=2c62caaa60497e6a0170832577abd143&chksm=880fab3bbf78222dd8f2d7af04af0e4dabc798441e7a4bb32091447fc609b0d0287152468e49&mpshare=1&scene=23&srcid=0930DaQnfetl4dijH8iyIifN#rd.

[2] 曾玲，徐川平，吴开明 .《重庆医学》拟刊用稿件二次查重结果分析 [J]. 重庆医学 2013，42（29）：3476-3478.

[3] 朱银周 . 利用文献数据库加强审稿过程中的学术质量判断 [J]. 中国科技期刊研究，2017，28（7）：669-674.

[4] 张维，汪勤俭，邓强庭，等 . 医学论文作者单位署名不当现象的调查分析及伦理规范探讨 [J]. 中国科技期刊研究，2017，28（4）：306-311.

[5] 周庆辉，陈红云，黄念 . 学术研究实施与报告和医学期刊编辑与发表的推荐规范 [J]. 结合医学学报，2017，12（3）：209-218.

[6] COPE. 作者变更（a）通讯作者在发表前要求增加额外作者”的相关流程处理 [EB/OL].[2017-8-28].https：//publicationethics.org/files/Full%20set%20of%20flowcharts%20%28CHI%29_02.pdf.

[7] 曾玲，王明丰，廖梓言 . 国外医学期刊对利益冲突的处理方式与探讨 [J]. 中国科技期刊研究，2017，28（7）：615-620.

[8] 徐海丽 . 学术不端行为及其预防措施 [J]. 中国科技期刊研究，2015，26（6）：545-551.

（作者单位：重庆市卫生信息中心《重庆医学》编辑部）

浅谈电视新闻同期声的恰当运用

摘　要：同期声是一种重要的电视新闻报道手段，能够增强电视新闻的现场感和真实性。其质量的优劣可以说在某种程度上会直接影响新闻水准的高低。本文从目前运用电视新闻同期声存在的问题和同期声的运用技巧两大方面，探讨如何恰当运用同期声来为电视新闻增色。

关键词：电视新闻；同期声；恰当运用
中图分类号：G220.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-063-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.024

文 / 朱丽霞

电视新闻同期声指的是在拍摄画面的同时录下的新闻事件现场声或新闻人物采访声。同期声作为电视新闻报道的一种重要形式，与解说词、画面一起构成电视新闻不可或缺的视听元素。同期声在电视新闻报道中被恰当地运用，不仅能够避免电视新闻报道手法单一，增强电视新闻的现场感、真实性和新闻事实说服力，还可以增强电视观众对新闻报道的认同感和参与度；不仅可以突出新闻报道主题，烘托新闻现场气氛，还可以塑造新闻人物性格，鲜活新闻内容，衔接新闻上下逻辑关系。电视新闻同期声不恰当的使用，不仅不能起到画龙点睛的作用，反而带给电视新闻报道画蛇添足之嫌，造成适得其反的结果，降低了新闻质量。由于种种原因，这种现象在电视新闻采编一线时有发生。

1. 同期声使用不恰当的几种表现

一是未能预先选择合适的采访对象，导致出现采访过程不顺畅、同期声质量不高等问题。有些受访者面对话筒和摄录机会出现“晕镜头”等不适现象，表现得非常紧张，导致说出的话磕磕巴巴，会让观众听起来感觉十分拧巴。这样的同期声自然很难取得理想的效果。

二是事先准备采访稿，搞模拟采访。采录的人物同期声应该真实流畅，镜头中的受访者应该自然放松。有的电视新闻记者采访时，让其他人拿着拟好的采访稿站在记者身后，展示采访内容，照本宣科，如此拍摄的受访者在电视屏幕上看起来眼神基本固定不动，缺乏交流感，表情木讷，缺乏生气。心明眼亮的观众一看，就知道此人同期声存在作假，对新闻的真实性和记者的工作态度产生怀疑，宣传报道的社会效应大打折扣，影响电视新闻节目的质量和品牌效应。

三是采录的人物同期声过长，空话、套话多，挤占了新闻内容有限的信息空间。未被认真甄选的电视新闻消息播放出来，使得整条新闻显得冗繁啰嗦，拖慢了电视新闻消息的节奏。大段的同期声里包含的空话套话既不能突出新闻主题，也无法吸引观众，反而占用了电视新闻表达有效内容的宝贵空间。

四是人物同期声的话语权不平衡。真实是新闻的生命。为了使得新闻真实可信，同期声可以发挥出电视视听的独特优势。记者往往采集新闻事件有关方的同期声，从多角度还原新闻事实，提供多方的观点信息，为有关方提供发声的机会，使新闻事件有关方之间的话语权达到平衡，也体现记者客观、不偏不倚的态度。但是，一些电视新闻出现人物同期声话语权不平衡的现象，偏重采写当事人其中一方，缺失了其他方的声音，例如报道某个社会培训机构提供暑期培训，只有学员的声音，而没有培训机构负责人和老师的声音，从整条新闻报道的比重来看，记者把宣传报道的重心放在了反映学员学习收获和感受上面，忽略了其他重要当事方的发声需求，造成新闻信息不完整，也会误导观众，不利于形成正确舆论导向宣传氛围。

五是同期声与上下文内容脱节，与整体逻辑不相融。同期声不仅是电视新闻的重要表现方式，而且是新闻内容的重要组成部分。其与整条新闻的解说词应衔接流畅，一同构成整体，完好地融入整条新闻的内在逻辑。一些新闻消息没有根据主题引入同期声，使得同期声与上下文内容格格不入，显得可有可无，达不到丰富新闻内容、生动新闻画面、凸显新闻主题的效果，甚至扰乱新闻的严谨思路。

同期声不应该成为电视新闻冠冕堂皇的点缀，而应该尽可能发挥本来的独特作用，得到恰当巧妙的运用，为制作出“活色生香的新闻”贡献一份大力。那么，如何恰当运用同期声，笔者针对上述提出的问题在此探讨几种可行之方法。

2. 策划先行，选择合适的采访对象和合适的采访地点

俗话说，凡事预则立，不预则废。策划对于采制高质量的电视新闻同期声尤为关键。一般记者在拿到采访选题之后或是临时派往新闻事件现场之前，都要根据新闻主题拟写采访提纲，如该问谁，问几个人，分别怎么问，自己需要什么样的回答等，对于这些，记者都要做到心中有数。在选择合适的采访对象时，记者可以先提前与有关方联系好，告诉对方自己关于采访对象的选择要求，即了解事实真相、表达流畅、有胆量的受访者；如果前往现场发现受访者被某些人“教会”怎么说，并非是他本人的心里话，那么，记者应当鼓励他说自己的话，或是当即另选他人。只有这样，同期声才能满足新闻真实性的需要。在选择合适的采访地点时，记者应

选择当事人的生活生产的地方或是与新闻事件有关的地点或背景进行采访，把人物放在他熟悉的环境里，一来可以帮助他放松心情，接受采访；二来可以丰富新闻画面，增添新闻生活气息，使得新闻更接地气。一般来说，选择在室外采访比选择在室内更好，受访者一边干活一边接受采访比干站着两手空空更好，当然这是在不影响其工作的前提下进行。当政府人员接受采访的时候，自然站着比正儿八经端坐在办公桌前更能拉近与观众的心理距离。

另外，为了增强新闻的现场感和真实性，记者需要策划录制现场声。为顺利录制到质量佳的现场声，记者应事先了解新闻事件概况。文字记者与摄像记者需要充分沟通，达成默契，共同设想要录制哪些现场声，如何录制，并检查机器设备，选择最佳角度，找好机位，架好机器，排除干扰收音效果和光线照明等不利因素，例如让倒茶的服务员轻轻走动，打开灯光，保障足够照明；或跑在离新闻事件最近的地方，及时拍摄理想的同期声。例如，由东莞广播电视台制作、获得第二十三届中国新闻奖二等奖的电视新闻短消息《东莞首创“四方联网” 3 天业务 20 分钟搞掂》，就及时录制了东莞加工贸易管理服务平台正式启动时，众人推杆启动的现场声，和时任中共中央政治局委员、广东省委书记汪洋的一小段现场致辞。短短的一则消息就恰到好处地引用了两处现场声，使新闻增色不少。这离不开记者敏锐的策划意识和较强的现场掌控能力。

同期声质量的优劣可以说直接影响着新闻水准的高低。重视策划，选择合适的采访对象与合适的采访地点，可以使记者做新闻取得事半功倍的效果。

3. 掌握采访技巧，帮助采访对象放松心情，自然面对镜头，说适合自身身份的话

记者在进行即时采访或是人物访谈时，面对的采访对象并不都是从容镇定、侃侃而谈的。一些新闻知情者对镜头陌生，难免会产生紧张心理，一时组织不好语言，难以理清思路，说话磕磕巴巴，小动作多，身体扭捏，表情不自在。此时，为了获取想要的信息，新闻记者需要运用适当的采访技巧，帮助受访者轻松说话。文字记者和摄像记者需要默契配合。如果一些受访者不能从容面对话筒或是镜头，那么文字记者可以暂时把话筒握在手里，置于受访者的视线之外，采取聊天一样轻松的方式，不知不觉切入正题，见机行事，悄悄递上话筒录音，摄像记者一直默默保持开机状态直至采访结束，这样就在专注而放松的状态下完成了一段采访的录制。如果受访者一时想不到说什么，那么文字记者可以引导他。笔者曾在做一个关于教师节的街头访问时，遇到一位想接受采访的市民，可他一时半会儿想不起印象中自己的老师为自己做过的印象深刻的事。于是，笔者便通过这个办法和他聊起了自己老师为学生做过的令人感动的事，这一下子就唤起了这位市民的记忆，面对话筒娓娓道来。

有时还帮助采访对象克服怯场心理，鼓励对方抛开采访稿，按照采访主题轻松聊天。或是让对方在熟悉的环境里做着熟悉的事情，记者再上前访问，避免尴尬冷场的情形出现。如果在采访过程中，受访者的回答有意外之喜，记者还应及时鼓励他多讲，细讲。在访问的过程中，记者及时具体的鼓励和夸赞可以帮助受访者卸下思想包袱，让他产生更大的信心完成采访。无论如何，记者为了能够录制到理想的人物同期声，即使在几次努力都不奏效的情况下，也不可表现得不耐烦，丢失职业素养，而要始终凸显人文关怀，充满耐心，友善对待受访者，给对方留下良好印象，也为下次采访打下良好基础。

4. 合理分配同期声的话语权，体现新闻客观公正的立场

记者在新闻里虽然没有直接发声，表明观点，但通过采写的新闻事实和分配有关方话语权，间接地表明了自己的态度。记者在做出令人信服、力求客观真实的新闻时，需要立足大局，全盘考虑，权衡各有关方的观点，合理分配同期声话语权，做到有关方的同期声都应该录制，不漏掉一方，以免有失偏颇。例如，报道活动类新闻时，采制的同期声既有主办方的，也有参与者的，还有外围观众的；报道政策方针落实的新闻时，既有官方的发声，也有百姓的心声；报道负面新闻，发挥舆论新闻监督作用时，既有当事人、旁观者的看法，也有专家、人大政协代表等的观点。有些报道的同期声还要考虑男性和女性、成人和小孩、老年人和青年人的比重分配。因为电视新闻面对的观众是多种多样的，不是单一类型的。电视新闻传达的信息也是具有普世价值的，关切大多数人的利益，值得大多数人来关注。

5. 精拣同期声，极尽所能发挥同期声的作用

同期声的作用不言而喻。在电视新闻中，同期声能够画龙点睛，应表现得干脆利落，否则冗繁啰嗦，导致不咸不淡不痛不痒的话语连篇，不但拖慢了新闻节奏，也降低了新闻的制作水平。记者选取新闻同期声的时候，应摒弃空话套话大话和含有表演夸大成分的虚话，剪出那些最具现场感和真实性、最贴合主题、最能说明白事情、最能恰当表现人物性格特征和地方特色、最能唤起观众兴趣的现场声和人物采访声。同期声本身具有丰富的视听内容，所以其不应与解说词重复。一个人的同期声的使用次数不应该超过两次，一次使用时长一般也是几秒到十几秒之间，过长就显得拖沓。因此，在某种程度上来说，一段鲜活的同期声可以让一则平淡无奇的新闻闪亮起来。

同期声是整条新闻的重要组成部分，它讲述的内容、体现的观点、表明的现场信息都应该与解说词相融合，需要有过渡句，使上下文衔接流畅，构成新闻严谨的逻辑。

可以说，要做活一条电视新闻，离不开恰当运用同期声。同期声已成为衡量记者能力高下的量器。懂得巧妙运用同期声也成为记者提升新闻制作水平的一大“武器”。媒

参考文献

[1] 马敬媛 . 杨恒志 . 采制电视新闻同期声的三个原则 . 鸡西大学学报，2009（3）：139-140；

[2] 董学联 . 浅析电视新闻同期声的运用 . 山东视听（山东省广播电视大学学报），2005（4）：79-80。

（**作者单位：**广东惠州市龙门县广播电视台）

大数据环境下主流媒体记者的转型与创新

摘　要：随着我国社会生产力发展水平的不断提升，先进的计算机信息技术普遍应用于人们的生产和生活中。大数据时代的到来，信息增长量呈现大幅度上升趋势，大众想要在海量信息中快速找到自己感兴趣的信息，显得非常困难。不仅如此，对于新闻媒体而言，想要让受众快速关注并了解到自己发布的信息，也变得极为困难。即使现阶段使用最多的搜索引擎服务提供的自动筛选服务为人们带来很大便利，但是因为服务带有大众化发展特征，也无法全方位照顾到人们的个性发展需要。所以，在大数据发展背景下，运用先进的技术手段和管理理念实现主流媒体记者的转型和创新，是未来发展过程中需要重点探讨的问题之一。

关键词：大数据环境；主流媒体记者；转型；创新
中图分类号：G220　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-065-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.025

文 / 张昊鹏　何璐璐

引言

信息技术快速发展，迫使传统媒体创新发展方式和运作方法，否则无法适应新时代的发展需要。为了不断优化结构，保证传播效果达到最佳水准，传统媒体应重点关注记者工作思维创新。

1. 大数据的概念与特性

大数据，又叫海量数据库，融汇了大批量的信息资源，需要通过人力对大量信息进行分类和整合处理，保证信息的有效性，帮助人们更好地完成决策任务。大数据的发展理论出现以来，就受到社会各界人士的广泛关注，成为学术界讨论的重点问题之一。其中，主要在计算机信息技术、金融经济、互联网和媒体传播方面得到广泛应用和普及。因为大数据本身具有多种类、多数据、运作效率高，对真实度的还原性强等特点，使其可以在数据分析的过程中体现出“大价值”。

2. 大数据环境下传统媒体记者角色调整出现的主要问题

2.1 对于传统媒体和新媒体的认识不足

就目前媒体发展形势而言，传统媒体的发展已经无法适应人们对信息多样化要求的发展需要，传统媒体记者在前进过程中面临的主要问题就是无法正确认识新媒体和传统媒体之间转化过渡的关系。究其原因，主要体现在两点：一是，传统媒体发展历史较长，实践经验丰富，有强大的理论基础做后盾，更为专业规范。但是，新媒体时代的到来，大数据的出现，对传统媒体的发展带来很大的冲击，需要改变发展现状，因此，很多主流媒体记者却没有针对此问题进行有效调整；第二，新媒体随着时代的发展应运而生，其发展势头迅猛，生命力顽强，却有很多传统记者把这次变革看作是一种简单的传播手段，在进行工作调整时没有给予足够的重视。

2.2 对于媒体融合的认知不够深入

就媒体发展大方向而言，实现发展融合只是时间问题，所谓的融合就是要在保留传统媒体发展精髓的基础上，融入新型发展元素，最大程度地发挥媒体影响力。虽然现阶段新媒体的发展占据很大优势，但是传统媒体因为其自身的专业性和规范性等发展特性，也使得新媒体无法取代其发展地位，因此，主流媒体记者要认清发展形势，冷静客观地面对融合趋势，不能主观臆断，否则很容易发生方向掌握上的偏差。

2.3 过于重视新媒体，导致了专业性的缺失

因为融合发展已经成为未来媒体发展的必然趋势，建立公正客观的评价机制，有助于传统媒体记者更好地调整自身发展状态。在此过程中，也有一部分主流媒体记者过于重视新媒体发展，他们认为就现在新媒体发展的火热程度足以取代传统媒体发展地位，因此，在工作中把精力全部倾注于新媒体的发展传播中，却忽略了最重要的一点，因为新媒体的发展以大众化需求为主，在专业性和个性化方面还存在很多不足之处，而传统媒体记者在调整中利用了新媒体的方式方法，导致了媒体专业性的缺失。

3. 大数据环境下主流媒体记者的转型与创新策略

3.1 不断学习新传播技术

在新时代的发展背景下，先进的信息互联网技术实现新闻传播的多样化发展趋势，特别是对于一些重大的突发事件需要报道的情况下，运作先进技术可以保证信息在事发之后的第一时间得到有效传播。但是，作为传统媒体主流记者，大多习惯并愿意运用传统的采访技术，进行整理编辑之后再予以发出，这种传播模式显然已经无法适应紧急事件的传播和报道需要。特别是对于发生重大灾害的地区，媒体记者应该赶赴受灾前线，挖掘有价值的新闻材料，收集多种写作素材，利用先进的信息传播技术，保证每一位受众都可以实时了解灾区的情况，让人们体验到现场的紧张感和救援氛围。因此，要求新时代的主流媒体记者一定要跟随时代发展的脚步，在完善自己新闻报道功底的基础上，熟练掌握并运用先进的传播技术，对突发事件的报道与大众要求相符合，才能在行业内获得生存发展的机会。

3.2 坚持职业道德

为了满足受众的不同需求，新媒体的发展形式还在不断地更新，微信、论坛等传播渠道层出不穷，这些新兴技术的

发展运用无疑会对传统纸媒造成极为严重的影响。此时，要求主流媒体记者了解市场发展的最新动向，跟随时代的发展脚步，对新闻传播工作整体发展结构进行有效转型和升级。第一，主流媒体记者不管在何种情况下，都要坚守自己的职业道德和操守，公正、客观地对事件进行报道，要始终明白自己就是新闻事件的搬运工，是真相的挖掘者，拒绝新闻行业的潜规则现象，保证社会处于和谐稳定的发展环境之中。第二，合理引导舆论走向。主流媒体记者应该深入基层，做好与人民群众的沟通、互动，了解人民群众的思想走向，通过有效的沟通互动，不断给人们传播正能量，引导人们形成正确的社会风气和价值观。换言之，遵守职业道德是媒体记者应该坚持的原则和底线，主流媒体记者应该形成正确的舆论导向，促进行业发展的可持续性。

3.3 个性记者培养凝聚媒体公信力和美誉度

在 2015 年 8 月 12 日，天津发生的爆炸事故中，中央台在进行报道的时候，与前方的多位记者取得了联系。印象最为深刻的是蒋林的报道内容，他以灵敏的反应、清晰的思路、流畅的表达，通过事物现象挖掘本质，有效地引导镜头走向，精准地概括事件的发生以及经过获得了大众的普遍认可。再看赶赴事故现象的媒体记者，他们都以个性化的真实报道变成大众普遍认可的“记者明星”，通过对事故现场新闻的有效传播，促使他们在媒体发展行业的公信力和美誉度得到有效提升。

在媒体不断发展变化的过程中，“记者明星”的出现对新闻客观性原则是个挑战，但是，并不能够单一的认为“记者明星”的出现就会打破新闻传播的客观公正性，而是在新媒体发展的潮流中，培养和选拔德艺双馨的记者。《今日美国》出版商拉里·克莱默（Larry Kram er）告诉他的员工：“30 年来，新闻的客观性一直要求你们用同样的方式写作；在时代发展的今天，我们在如此写作的基础上需要融入自己独到的见解。”也就是说，主流媒体记者需要实践中不断探索新知，形成独树一帜的报道特色。想要做好这一点，要在坚持传统媒体发展规律的基础上，合理融入自身的主观想法和观点，让自己的情感与倾向得到大众的认可，传达出想要达到的效果。虽然想法是美好的，但是实现的过程却具有漫长复杂的特点，需要经过长时间的历练和积累。大多数记者在工作初级阶段，一般很难实现这样的传达效果，因此，前期更应该打好基础，了解媒体传播的发展规律和特性，实现量变积累到质变的飞跃，这样才能保证看待事物的角度更加清晰准确，通过对新闻事件的整合报告，提升整个媒体发展行业的公信力和美誉度。

3.4 以能力扶正“无冕之王”桂冠

“无冕之王”的荣誉是社会大众赋予广大记者的，这里面包含了受众对媒体记者的殷切期望，希望每一位记者都能用实际行动为这项荣誉增添光彩，成为行业内持之以恒坚持的工作标准。首先，主流媒体记者应该端正自身政治思想品格。报道的过程中坚持如实报道，尊重客观事实的发展观念，坚持党的思想方针政策，树立正确的事业观和发展观，在工作中坚持廉洁奉公的原则，坚持正义和真理，不为一己私利误导舆论走向，努力把工作落到实处。不仅如此，还应该实现对传播内容的合理编排与润色，掌握住报道的主要方向，不与事实发展相偏离，保证节目把最高的还原度呈现给观众。在工作中必须坚持解放思想、实事求是的方针原则，与党中央的发展保持同步，拥有高尚的思想、纯洁的灵魂、高度的社会责任心和使命感，把握时代脉搏，胸怀全局，否则整个节目就会偏离正确的导向。其次，应该不断开阔自身的眼界，拓展知识领域，不仅要做行业的专家，更要做“杂家”，对时局的发展，市场的走向，网络科技的运用，新名词的掌握都应该游刃有余，不断适应新形势的发展需要。所以记者在学好新闻业务，打好文字表述以及相关的摄录功底的基础上，学政治、学理论、学政策、学科技、学法律向书本学、向实践学、向同行学、向生活学、向人民群众学、向被采访对象学，以社会大舞台积淀自身的专业气质和修养。

4. 结束语

总而言之，在大数据发展背景下进行信息传播是新时代赋予主流媒体记者的发展机遇，同时也是挑战，要求记者紧跟时代的发展步伐和大众的需要，丰富自身的专业知识和职业技能，因地制宜地完成改革和创新，在追求满足大众获取信息的同时，保持发展的个性化。因此，在新媒体时代背景下，记者如果想保持持续的生命力和发展空间就必须不断提升自己的基本业务能力和新媒体传播能力，保持在大数据背景下的竞争优势。媒

参考文献

[1] 杨旭，汤海京，丁刚毅 . 数据科学导论 [M]. 北京：北京理工大学出版社，2014：26-31.

[2]JamesTaylor.IBMbigdataandinformationmanagement[DB/OL]. http：//www-01.ibm.com/software/data/bigdata/，2011-05-01.

[3] 王叶华 . 新媒体时代背景下新闻记者的职业素养与社会责任 [J]. 科技传播，2014（11）.

[4] 徐慧君 . 新媒体时代记者的职业能力探析 [J]. 新闻研究导刊，2015（9）.

（作者单位：吉林人民广播电台全媒体资讯中心）

新媒体时代新闻广播发展趋势探析

摘　要：互联网和现代信息技术的高速发展催生出新媒体，导致新闻广播慢慢被边缘化，大量听众流失。广播新闻为稳定、长期地发展下去，就务必调整发展路径，应对新媒体的冲击。本文就从简单阐述新媒体对广播新闻的冲击着手，探究提出在新媒体下发展广播新闻的路径，旨在助推广播新闻健康发展。

关键词：新媒体；新闻广播；发展
中图分类号：G220.7　　**文献标识码**：A
文章编号：1671-0134（2017）10-067-02　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.026

文 / 鲍艳红

前言

新媒体概念是美国哥伦比亚大学教授戈尔德马克首先提出来的，在他的理念当中，新媒体传播手段主要是依靠数字媒介，具有速度快、信息量大的传播特点。随着我国科学技术的不断发展，新媒体也逐渐被众多新闻产业、广播产业所接受。在不久的将来，它将会是我国信息传播的主要趋势。习近平总书记在2014年8月召开的中央全面深化改革领导会议当中强调，根据《关于推动传统媒体与新兴媒体融合发展的指导意见》，我国新闻行业需要努力打造一批集技术、竞争力于一体的主流新媒体。本文所研究的新闻广播是我国的传统新闻传播手段，目前新媒体介入程度有限，发展前景比较乐观。

1. 新媒体时代对新闻广播带来的挑战

无论是广播新闻媒体，还是传统传播媒体，在新媒体概念下其传播功能都有一定的局限性，因此分析新媒体带来的挑战，能够为之后采取合理发展措施提供思路。当前新媒体带来的挑战主要表现在以下三个方面：

第一，信息传递速度方面的挑战。新媒体发展模式下，传播速度的快速化是其最主要的特点，而新闻广播传播通常需要较多的准备时间，使自身信息传播的滞后弊端更加凸显[1]。

第二，信息获取便携方面的挑战。众所周知，广播新闻传播媒介主要是收音机，这使得大众接受信息的时间与工具是固定的；而在新媒体时代，电脑、手机成为信息获取的主要工具，使得信息获取更加自由、便捷。

最后，信息互动的挑战。电脑端、手机端目前都成为了新媒体传播信息的主要工具，传统的广播新闻传播往往是单向的，也就是说，听众只能被动收听，对于播放时间、内容等选择余地不足，这样就使用户体验难以再进一步提升。

2. 新媒体时代新闻广播发展存在的不足

2.1 缺乏公信力

随着新媒体技术的不断普及，新闻广播也发现了自身的不足，原本属于自己的听众在大幅度流失，为了保证听众数量，应对挑战，当前广播新闻在信息选择方面放宽了要求，造成播放内容缺乏科学的监督与控制。而新媒体背景下的新闻传播鼓励新闻媒体人进行创新，对内容也有着较为严格的把握调控，比较两者发展现状可以发现，新闻广播内容逐渐失去人们关注，公信力在逐步降低[2]。

2.2 权威性衰落

广播新闻作为传统媒体中的重要组成部分，在过去很长一段时间内，受到了人民群众的喜爱，具备较强的权威性。相比之下，新媒体出现时间较短，且种类繁杂，在应用时间上没法与广播新闻进行对比。但是实际情况是，广播新闻为了在竞争中获得更好的生存空间，开始在广播内容中大量引入虚假新闻或者垃圾广告，受众群体在网络或者手机这种新媒体工具下可以选择屏蔽，但是无法在广播中很好地进行处理，久而久之，传统广播新闻的权威性明显下降。

2.3 缺乏专业素养

新媒体的最主要特征仅是信息化、技术化与全方位化，要想将这些特点淋漓尽致地发挥出来，归根到底还是需要人来进行操作的。根据新媒体发展特征，媒体从业人员需要在网络技术、运营策略方面具备更好的专业素养，通过研究调查发现，新闻广播媒体在这方面还存在很多问题。由于传播模式的限制，很多时候广播媒体的从业人员还是将能力培养放在了普通话、稿件处理这些方面，这就显示出了他们专业素养不够，给新闻广播与新媒体融合带来了很大的阻碍。

3. 新媒体时代新闻广播发展出路与对策

通过上述分析，对新媒体时代新闻广播发展存在的问题

进行了详细的分析，对新闻广播面临的挑战也有了清晰的认识，在今后的工作中，新闻广播工作人员应该采取何种措施解决这些问题呢？针对这个问题应从以下几个方面分析。

3.1 重视广播节目的质量与创新性

在新媒体时代，新闻质量是新闻的第一属性。提高新闻报道质量，对新闻媒体的生存和发展起着决定性作用，同时也是相关部门和受众的需求。要提高政治思想、质量意识，努力建立一支高素质的新闻队伍[3]。其次，还要在新闻创新力度上下功夫，目前广播新闻的主要传播方法都是在节目前对新闻稿件进行写作，在播报时内容已经确定，对于播报过程中出现的意外情况应对不足，使广播新闻缺少了创新性，从而使之对听众的吸引程度有所下降，对此可以采取现场采访同步直播的方法进行播报，增加节目创新性，这样更能够使听众有身临其境的感觉。

此外，广播电视新闻节目可以利用长期以来所产生的影响力，从抓节目内容质量的根本入手，把握好广播新闻深度报道的优势，对新闻信息进行多方位多角度深入解读。与此同时，积极创新生产模式，重视发挥互联网的优势，对新闻的采集、制作、播出主动紧密与新媒体结合。在广播新闻节目当中，将受众对于新闻事件的看法认识第一时间通过微博、微信等渠道及时反馈，而新闻栏目制作人则可以利用上述渠道与受众进行互动交流，这样既能发挥广播新闻节目的最大优势，亦能保证广播新闻节目与受众之间的紧密联系。因此，当前广播新闻节目需要从增强新闻节目内容入手，分析受众需求，找准自身定位，提升节目制作水平和影响力。

3.2 提高新闻广播采编能力

首先对新闻行业的采编水平进行加强。采编是所有媒体新闻传播过程中质量的基本保证，如果采编环节出现了问题，就可能导致新闻内容出现偏差。新闻采编作为文化主流行业，必须加强文化传播能力的建设。李克强总理在初上任时提出了“互联网 +”的概念，旨在利用互联网产业带动我国经济的发展和文化产业水平的提高。对此，国家要加强对广播新闻采编事业的政策支持和资金扶持，使新媒体更好地为我国经济社会发展服务，进而全面提高我国的文化软实力。

其次，将采编工作大众化。当今时代是自媒体发展的时代，很多新闻媒体都将采编的工作大众化，所谓的“采编工作大众化”就是将新闻信息的收集交由大众，新闻单位开放平台，将人们提供的信息进行整理，这样既提升了采编速度，而且对采编面也进行了扩充。因此，广播新闻媒体可以开设专门的微博账号或者微信公众账号，通过手机端或者 PC 端给予听众交流的平台，对他们提供的新闻消息进行汇总，并在节目中采用，对于采用的稿件可以实行奖励制度，这样能够有效提升大众的参与感，给广播新闻发展注入新的活力。

3.3 重视复合型人才的培养

从技术角度分析了新媒体时代广播新闻的发展对策，无论如何优秀的发展规划，还是需要具体的专业人员进行执行的，所以说培养复合型人才是新闻广播发展的重要渠道。在新媒体时代，新闻广播从业人员的培养需要从两个方面入手：首先来说是工作理念的更新，摒弃以往“话筒一方，稿子一拿”的工作方式，要对各种信息传播技术进行学习，不断提升自身专业水平涉及面，将信息技术与新闻广播进行紧密结合[4]。其次就是对技术掌握能力的提升。新媒体时代是网络技术、数字技术以及多媒体技术融合发展的时代，新闻广播在信息传递手段方面已经发展到了极限，要想再有所突破，就要对自身传播技术进行改进，因此在新闻广播内部要按照业务需求分为不同的人才培养方法，为新闻广播培养不同类别的复合型人才。

4. 结语

综上所述，在新媒体时代，无论是传统媒体还是本文研究的广播媒体，面对的压力都在逐渐升高，电脑网络、手机等工具的出现，将以往广播新闻的听众进行了分流。在这样的背景下，广播新闻必须与新媒体技术进行结合，利用它的技术与经营理念，实现自身的可持续发展，希望通过本文的研究，对相关工作人员有所帮助，对广播新闻自身定位进行确认，并紧跟时代的步伐，利用现代技术提高节目传播途径与质量，使新闻广播在新媒体环境中焕发青春活力。媒

参考文献

[1] 郑瑶瑶 . 新媒体语境中的广播新闻发展探析 [J]. 西部广播电视 .2017（01）.

[2] 赵琼 . 广播新闻连线报道常态化分析 [J]. 新闻研究导刊 .2017（09）.

[3] 任重 . 探讨微博微信在广播新闻传播中的优势及应用 [J]. 新闻研究导刊 .2017（11）.

[4] 于传明 . 新媒体背景下广播新闻采编面临的挑战与对策研究 [J]. 新闻研究导刊 .2017（12）.

（作者单位：吉林省梅河口广播电视台）

微信传播存在的“信息茧房”效应探析

摘　要：随着互联网时代的到来和新媒体技术的飞速发展，微信凭借其数字化、互动性等特征，已经成为了我们公共生活中不可或缺的网络信息平台，然而，微信备受关注的信息定制性、获取自主性等特点，也呈现出极为紧缩的信息脉络，出现“信息茧房”的趋势。对“信息茧房”效应进行干预，是新媒体时代带给我们的新课题，对其的探索，应该在实践中不断总结经验。

关键词：微信；信息茧房；传播；定制化服务；群体极化
中图分类号：G201　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-069-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.027

文 / 赵晓蕾

引言

相对于其他社交媒介个人内容的公开性，作为最大的社交工具之一，微信改变了大众的生活，从社交工具变成了连接信息交流的平台，成为人们一种生活方式，并且带动了自媒体发展空间，产生了盈利模式。它显然已经成为了我们公共生活中不可或缺的网络信息平台，但同时，微信也呈现出极为紧缩的信息脉络，出现“信息茧房”的趋势。本文将对微信传播过程中存在的“信息茧房”效应进行简单分析。

1. 微信“信息茧房”的出现

1.1“信息茧房”的概念

美国芝加哥大学教授凯斯 · R · 桑斯坦指出，网络虽能供给丰富的信息，但却未必是无限开放的社交平台，而是密闭化的空间，并在其著作《信息乌托邦：众人如何生产知识》中明确提出“信息茧房”（information cocoon）的概念——因为人们对信息的需求往往是个性化的而非全方位的，基于个人偏好接触媒介信息，久而久之将会将自身桎梏于像蚕茧一般的“茧房”之中。

1.2 微信“信息茧房”出现的原因

首先，随着信息传播技术的进步，信息源内容不再仅由专业的网站或特定的人群产生，各类新型网络社交媒体和平台频频涌现，信息生产环境越来越“去中心化”，这奠定了“信息茧房”形成的基础。

其次，“物以类聚，人以群分”。在信息过剩的时代环境中，人们对于自己的趣向会带有本能的关注，网民内部分离为大量的小集团，这是“信息茧房”效应愈演愈烈的内在动力。

最后，“信息茧房”效应在微信中体现得较其他媒介更盛，最根本的原因在于微信本身的功能设置和信息传播方式更有利于“信息茧房”的生成与加固。一方面，微信用户可以通过关注“订阅号”的方式来定制信息和服务；另一方面，朋友圈的信息发布和信息读取更加私人化和个性化，更大程度迎合用户“人以群分”的趋势。

2. 微信传播中“信息茧房”效应的表现

2.1“我的日报”式的朋友圈

微信给用户提供了与传统媒介不同的自由度与选择权，促使受众从被动的接收者转变为主动的搜寻者，用户完全可以根据自己的内容偏好和时间安排接收和搜索信息，也就是说用户完全掌握了“看什么”和“何时看”的主动权，这种受众更接近于积极主动的个性化信息消费者。

但微信为用户带来多样便捷的同时，在“协助”甚至“强制”用户“自主”选择信息来源时，恰恰会带来信息类型单一、限制性获取的问题。众所周知，微信是“熟人社交圈”的典型代表，使用微信的群体内部自然地分离成大量的各式各样的小群体，受众可以依据自己的喜好随意选择想要建立“熟人”关系的人以及他背后的圈子，每个人都可以在朋友圈、订阅号等功能中为自己量身定制一份“个人日报”，桑斯坦解释称“生活中‘信息茧房’里，公众就不可能考虑周全”，当个人被禁锢在自我建构的信息脉络中时，其生活必然被程式化。

2.2 圈子内对象趋于“同质化”

从人类社交心理方面来分析，人们在社交中得到社交对象的认可程度可以决定社交满足感。

基于用户个体成长背景、教育程度、兴趣爱好等多方面的差异，用户倾向以微信平台为纽带，通过各种小群组和公众号以及朋友圈与志趣相投的“朋友”建立起弱连带的人际“蜘蛛网”。用户在有限的“朋友圈”内通过对信息的转发和评论编织出一个具有相当深度和广度的特定信息领域世界。

3.“信息茧房”的影响

“信息茧房”是当传播“个性化”发展到一定程度时必然会面临的问题。上海交通大学魏武挥教授认为“信息窄化”

对于互联网来说，是种感知不到但确实存在的威胁。

3.1 信息失衡失真

由于用户在使用微信时，长期沉浸在个人关注圈中，因此，个人知识或者信息结构的失衡是微信传播的“信息茧房”化对用户造成的最直接的影响。

以微信公众号为例，其关注机制迎合了人们自主选择信息源及信息类别的需求，对于用户来说，即便公众号日常的推送如此繁杂，但所接收的信息类别不仅不会扩展，而且用户往往只在自己所熟悉的领域进行评论交流，在这个领域中，相同相似的观点意见愈加趋同，相左相悖的意见观点会被忽略、屏蔽直至完全消失，反而会让用户本就失衡的知识信息结构进一步失衡。

3.2 群体“回音房”的出现导致“群体极化”

桑斯坦在《信息乌托邦》的开篇提出“回音房”的概念，他说：“人们会把自己归于他们设计的回音室，即相似观点的人组成的一个协商体，放大和不断重复相同的观点或信息，达到排外或者激化偏激言论的结果，从而产生群体极化。”

微信用户在不同的领域和兴趣组被分化为一个个小群体，小群体内部的意见是统一的。因为“回音房”的效应，群体内部的个体形成趋同的风格，而不愿意接受“信息茧房”外的信息，形成群体内部信息的同质，群体之间异质的特点。又因为“信息茧房”的封闭性，小群体内部的交互传播方式将趋同的意见和观点放大，内部交流极容易产生群体极化的现象；外界的意见在这个群体内不会被接受，如果形成的群体意见较为偏激、极端，那么经过在“回音房”中的发酵扩散，将会形成“群体盲思”，与之相伴随的就是随处可见的网络暴力。

4. 如何规避“信息茧房”效应的消极影响

4.1 建构“人行道”模式，让信息人为化偶遇

桑斯坦曾提出网络的“人行道”模式，以此来应对“信息茧房”所导致的“回音室”倾向。他认为：“无论是物理空间的街道、公园、还是报纸、广播、电视等大众媒体，都属于公共领域，都应像‘人行道’一样，可能会遇到种种非计划和不想要的情景，不同的人群会体认到新鲜体验；那些未经事先筛选而遭遇的情状，会引发人们的言行互动。”

首先，可以建设公共信息领域，打破个人信息空间的封闭性。比如，在个人朋友圈刷新后的第三四条信息位置推送公共热点信息，打开用户朋友圈的“窗户”，形成“门户”，让用户及时了解外界动态，并设置如“再次刷新屏蔽动态栏”的功能，让用户有对公共信息接收的自主权，以免被打扰。

其次，可以根据微信公众号的关注率、转发率的排名，将关注度高的微信公众号推荐至用户订阅号主页，以此打破用户个人兴趣和关注的领域局限。

最后，微信上信息泛滥、谣言肆虐，普通用户难以辨别真假，传统的新闻媒体机构以及有公信力的新媒体机构在微信圈中仍然占据主要的话语引导权。因此，努力为主流意识和多元文化找到恰当的平衡点，是各类媒体都应该有的责任和义务，应积极避免“信息茧房”带来的视域狭隘化，让网络舆论回归理性和建设性。

4.2 用户个体需要自觉塑造认知的“广角”

通常讲“解铃还须系铃人”，造成“信息茧房”现象具有决定性的因素还是在于用户自身的自主选择。因此要从根本上避免“信息茧房”现象的出现，除了客观技术上的努力与突破，更加需要用户主体积极发挥主观能动性，打开自觉或不自觉造成的视域封闭，接收来自不同媒介渠道的声音，主动拓展信息的获取范围。

其实，“信息茧房”效应在网络时代并不是微信所存在的独有现象，早先大热的微博、博客、人人网、开心网、贴吧、天涯网，以及目前的知乎等这些以信息和社交为主要目的的网络平台中都有所体现。因此，对“信息茧房”效应的干预，是新媒体时代带给我们的新课题，对其的探索，应该在实践中不断总结经验。新媒体技术是双刃剑，伴随着它的发展进步而来的还有更严峻的挑战，对此我们必须做出积极的应对。媒

参考文献

[1] 凯斯·R·桑斯坦 . 信息乌托邦：众人如何生产知识 [M]. 毕竟悦译 . 北京：法律出版社，2008.

[2] 李黎丹 .“信息茧房”与“人行道”：规避网络传播的局限 .http：//yjy-people.com.cn/n/2013/0305/c245082-20680133.html，2014

[3] 郇红梅 . 微时代大学校园“信息茧房”效应之干预 [J]. 晋图学刊，2015（1）：38-41.

[4] 刘礼彤 . 微博“信息茧房”与“意见领袖”探析 [J]. 互联网天地，2014（9）：16-19.

（作者单位：山东聊城大学文学院）

融合媒体环境下主流媒体电视报道的新气象浅析

摘　要：自媒体的发展推动着主流媒体变革的深入，媒体融合成为主流媒体发展的重要途径。在此背景下主流媒体在内容创作、技术手段、用户体验和传播态势等方面呈现出新气象。本文对此新气象进行分析，以期为主流媒体的融合发展提供参考。

关键词：融合媒体环境；主流媒体；电视报道；新气象

中图分类号：G223　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-071-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.028

文 / 张丽娜

当前，新华社等主流媒体通过移动网络终端和新媒体平台推出了《榜样》及《国家相册》等“现象级”的霸屏融媒体产品，这些融媒体产品是主流媒体在媒体融合过程中成功变革创新的鲜活体现。媒体融合发展作为媒体发展战略被提出以来，通讯社、党刊、党报、电视等主流媒体锐意改革，不断创新和探索媒体融合发展途径[1]，在自我变革进程中推动着媒体融合发展，使新闻报道呈现出新气象，使其内容创作、传播态势、技术手段和用户体验等方面都呈现出独特的新气象。

1. 内容创作和技术手段的新气象

1.1 内容创作的网络化特征

移动通讯技术和网络技术的发展为自媒体的发展提供了重要条件，同时也改变了受众获取信息的渠道。而作为主流媒体，“内容为王”仍是其发展优势，只是这种优势需要同网络特点相结合，打造出符合网络传播特点和受众需求的融媒体产品，方能真正体现出主流媒体“内容为王”的优势。而今，主流媒体凭借其内容优势强化了融合媒体内容的创造和生产，推出了一批“高粉”的融合媒体产品，形成了一定的影响力大和知名度高的自媒体品牌[2]。如新华社推出的《国家相册》产品浏览量达数亿，被朋友圈刷屏。从此浏览量数字可知，融合发展产生了裂变式的发展效应，我国也逐渐掌握了融合媒体发展的主动权。同时，人民日报微信公众号、新华社微信公众号等都凭借其自身优势和特征对内容不断进行创意性创作，以舆论影响力和用户量的扩大证实了其华丽变身。此外，一些媒体为适应移动网络及可视化发展的趋势，充分利用生活化、大众化的话语，依靠视频、动画及图文等元素去吸引粉。比如新华社微信公众号推出的《榜样》以视频的形式展现宣传内容，刚刚播出十天的时间其总浏览量已达数十万，给媒体界带来了强烈反响。

1.2 新技术推动着媒体融合的创新和发展

新媒体的发展不仅仅体现在其内容的新上，还体现在其呈现形式的新颖上。但实现这种新的前提是必须具备新的技术手段。新媒体以其新的技术手段不断拓展了媒体报道的方式及方法，使融合媒体的内容更加丰富，呈现内容的形式也更加丰富多样，给受众带来了别样的全新的体验。主流媒体对新媒体前沿技术紧抓不放，紧盯融合媒体发展趋势和充分利用云计算、大数据、无人航拍、移动直播及机器人写作等新技术武装了媒体融合的内容及其呈现形式，进一步强化了媒体融合内容的互动性、现场感、达到率及冲击力等，在报道两会等重大主题和重要报道的制作中，中央台同地方台采用了直播视频、“虚拟现实+”无人机拍摄等技术手段，进一步强化了新闻报道及其内容的感染力和表现力。主流媒体公国应用大数据和云计算等技术手段，推进了新闻客户端、全媒体采编平台、大数据中心等项目建设。使其更加适用信息随人转、终端跟人走的新型传播形态，对未来的移动终端开展了积极的布局和谋划。也就是说利用即时制作和即时采集等创作出更多鲜活、快捷且精悍的微电影、微视频及微动漫等产品，以便于受众收看和阅读。新华社在十九大召开前夕推出了微视频《榜样》，以特效技术对历史场景进行了还原，使故事场景动了起来，人物背后故事活了起来，在短短数天内其浏览量就达数十万，成为我国纪实类影响的重要成功性产品。

2. 裂变的传播态势及不断攀升的用户体验

2.1 裂变的传播态势

互联网的发展及应用的普及推动着舆论生态的变革和媒体格局的重构，加速了媒介传播形态的更迭及演变，信息传播平台及内容的生成呈现出了立体化和多维度的形态[3]。作为国家主流媒体，其紧抓机遇，对自媒体阵地进行了积极布局，全力打造丰富渠道和多样载体、广泛覆盖的传播阵地，其传播方式也一改往日的一块荧屏、一份报纸的单一形式，而是充分利用了微信、微博、集成客户端、手机报、电子信息屏、网络电台及移动电视等一体化的传播载体，运营形式呈现出多态化。当前，人民日报、光明日报都打造出了报网端微的一体式的传播方式，其用户覆盖已达数亿人次。一些广播点处也改变了原有的短波广播的单一方式，向影视制作、平面、网络、视频和广播、文化产业等领域进行综合挖掘，

构建了新型的综合性的新媒体。同时，其传播形态不断提升，主流媒体引导舆论的能力和设置议题的能力等都得到了显著提升，使传统媒体同自媒体的融合不断深化，形成了社会舆论、权威声音相呼应的舆论引导局面。

2.2 用户体验迅速上升

媒体融合发展背景下，受众成为媒体发展的根本，满足受众需求是媒体发展的重要目标。因此，只有将原有的单一联系向双向互动转变，形成以受众为中心的信息传播体系，方能不断吸引受众，进一步丰富受众体验和提升其黏性。例如，2017 年河南新郑黄帝故里拜祖大典活动，该活动作为全球华人共同的盛会，同时聚集 60 多家国内外网络新媒体进行网络直播。拜祖大典拓展网络及移动网络渠道发布，现场开通专题网站和手机专题平台，网友仅需一部手机，就如同置身丁酉年黄帝故里拜祖大典现场，不仅可以收看拜祖大典九项仪程的图文、视频直播，还能与全球关注拜祖大典的网友互动，共同敬拜先祖黄帝。

然而，主流媒体对传统的内容传播方式进行了变革，将受众参与和受众评判列为重要内容，给予受众评判媒体的产出及传播的内容，以吸引更多的受众参与其中。当然，这需要主流媒体认真追寻新媒体发展及传播的规律，不断对受众体验进行优化，达到推送快捷和精准，在最大程度上吸引受众。例如，2016 年，新华社推出了一批广受好评的创新产品。其《红色气质》微电影以产品创新为突破口，打造融媒体时代"主旋律"宣传标杆性精品，为重大主题宣传开辟新途径。"新华社特约记者太空日记"系列报道以创意创新为重点，以航天员作为特约记者出镜连线，开创"天地结合"全新融合报道形式，在世界航天史和新闻史上都具有开创性。"现场新闻"新媒体产品以全新新闻理念，推出全息直播态报道模式，实现新闻生产系统性创新，引领新闻业态重大变革。这一点新华社为融媒体发展做出了榜样，其实行的全新直播报道的态势给予了受众无时空限制的全方位的资讯获取途径，受众能够直接参与新闻的生产现场来体验。同时，其还对新闻内容及报道的共享性及互动性进行了深度探索和挖掘，利用引导受众跟帖评论、分享转发等方式，进一步强化了新闻报道的附加值，对其辐射范围和传播空间进行了有力拓展。

3. 融合媒体下主流媒体形成新气象的原因分析

主流媒体报道发生的一系列新气象，使受众感受到了新闻报道背后的人情味及温度。这是因为主流媒体准确主动地把握了新闻传播的规律及媒体融合发展的态势，并对内部进行了思维变革和思想改造，重塑了内部队伍。首先是主流媒体思想舆论责任担当的壮大成为了媒体融合发展的价值导向。主流媒体的舆论阵地同受众关系密切，哪里有人哪里就是其舆论阵地。当然，作为党的喉舌，主流媒体担负着引导舆论的使命和职责，发挥着道德旗帜、社会粘合剂和推进器的功能。主流媒体的任务及性质决定其必须顺应技术革新和网络应用的局势，不断创新发展，以影响受众的意识形态和价值观念。其次，主流媒体自身资源优势为打造出新气象式的产品提供了重要保障。主流媒体拥有丰富的信息资源、优秀的专业采编团队和品牌优势，其能够充分利用自身资源对信息内容进行创造和创新，形成采集一次，生成多种和传播多元化的发展态势。这种发展态势进一步扩大了主流媒体的影响力和竞争力。最后是"互联网 +"思维和全媒体人才的涌现都为主流媒体的融合发展提供智力支持。互联网以其平等、开放和共享等性质推动着主流媒体思想观念的转变，使其紧跟时代前沿，尊重互联网规律，充分利用其在传播和资源配置中的集成化和优化的功能，形成了以受众为中心的产品生产理念，从受众入手，将满足和服务受众需求纳入媒体融合内容生产及传播的环节中，以其公信力及权威性来吸粉。除此以外，主流媒体还重视全媒人才的培养，拓展了新媒体、传统媒体人才流通的通道，有效推动了人才转型，利用技术培训及绩效考核等方式培养出了一批全媒体人才，为主流媒体的融合发展提供了重要的人才支撑。

4. 总结

新媒体已经成为影响社会变革的重要因素。尤其在大数据和云计算等互联网技术的支撑下，新媒体在广度和深度上对社会各方面都产生了深远的影响，其广泛使用极大地改变了人们的生活方式、娱乐方式甚至思维方式。融合媒体下主流媒体新风扑面，人民日报、新华社、光明日报、经济日报、中央人民广播电台、农民日报等多家中央级主流媒体，将笔尖、镜头与话筒聚焦移风易俗新气象。

总之，媒体融合发展是时代发展的趋势，其已经经过了不断探索和深度变革的推进期，在此过程中，主流媒体应不断开拓创新，紧抓发展机遇来转型和壮大，以实现其向新主流媒体的华丽转身。媒

参考文献

[1] 黄楚新 . 新视角 深转型：媒体融合新气象 [J]. 中国报业，2016（07）：28.
[2] 朱剑飞 . 浴火重生：展现"中国力量"——2016 广东广播电视台崛起之势 [J]. 南方电视学刊，2015（06）：6-11.
[3] 熊忠辉 . 新媒体与大众传媒业态变迁 [J]. 视听界，2006（04）：31-37.

（作者单位：郑州电视台）

网络电视的优势和发展趋势

摘　要：现阶段，伴随着我国互联网和计算机信息技术的不断发展，人们对于娱乐文化的要求也在不断提高，其内容的丰富程度要求也在不断提升。当前，由于现有电视节目的内容已经不能够满足大众的要求，所以在当前互联网信息技术发展形势下，网络电视已经成为人们生活的一部分，其更能满足人们的需求。鉴于此，文章重点针对网络电视的发展趋势和优势进行分析，以供参考。

关键词：网络电视；优势；发展趋势
中图分类号：G622.3　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-073-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.029

文 / 赵　睿

导言

网络技术的发展使得网络电视成为了一种新的传播媒介，它集多媒体、互联网络、广播传播于一体，成为了当前大众传播中的重要组成部分。网络电视的普及与应用，让网民对于网络媒体越来越熟悉，微信和微博等新媒体的出现更是加速了网络电视的普及，使用网络电视媒体的网民也越来越多。

1 网络电视概述

1.1 网络电视的概念

网络电视主要包含互联网电视和 IPTV，其主要是利用当前互联网技术的整合内容对电视节目进行相应的点播和直播，是当前视频节目最为流行的传输方式，通过宽带网络和交换方式等高科技技术，为人们提供喜爱的各种视频节目，还能够提供相关增值业务。而客户端则是通过更为专业的设备安装视频播放软件，收看各类电视节目，还可向客户端提供多种内容交换式的网络服务。

1.2 网络电视特点

第一，网络电视的发展，使观看可突破观看时间、地点和环境的不同，能够保证在不受限制的限制，收看到喜爱的电视节目，随时随地都能切换和暂停；第二，网络电视智能化的主要体现，就是利用互联网技术对节目各项演出内容进行预览，不用依靠传统的调台进行翻找。网络电视能够将储存在手机里面的照片或视频传送到电视上，能够与家人分享和记录美好瞬间，还能够将我们喜欢的节目分享给朋友们观看；第三，由于电视节目的多样性，网络电视不但能够满足人们观看内容的需求，还可将我们喜欢的节目进行录制，随时可以进行回放和观看。

1.3 现代化的服务模式

网络电视建立在数字电视的基础之上，当前用户一般选择两种 IPTV 服务方式：计算机终端、普通电视机 + 网络机顶盒的服务模式。

计算机终端：该方式在利用计算机技术获取相关信号、信息方面的能力不言而喻，其特点就是网络电视更能体现视频的多样化。随着流媒体的发展，其将网络资源的观看方式及多元化的特点提供给消费者的过程中，能够发展新型的网络电视运行商，例如：PPS、StreamingOverP2P 和 PPLive 等类型。同时我们从分析应用角度可知，通过 PPStream 客户端可开启 IP 网络间和用户之间的互动，从而形成网络外部资源数据的获取，还可接受国外视频资源及相关节目的收看。

普通电视机 + 网络机顶盒：应用该模式能够将传统电视的收看转为互动拓展方式，丰富家庭娱乐方面的功能，具有很好的实用价值，能够实现互动电视个性化的服务方式，服务内容丰富，也较为广泛，主要包含：音乐、影视和游戏以及图文等方面通过服务拓展的方式，完成广播和点播，以及录制和下载等多项功能的实现；还可建立“推荐 + 自选”方式进行观看。网络电视 IPTV 服务方式并非单独性的具象化产品，其是一项能够适应当前网络化发展的服务体系，该项服务方式能够给用户带来全新体验，虽然收费和消费标准有所提高，但是能够更好地提升用户服务质量，加大网络电视新媒体的经济效益。

2. 网络电视技术的优势

2.1 能够加快网络信息资源的各项获取及共享

由于网络电视能够在广播电视及其他媒体中贯穿和融入，网络数字化的优势也得到了更为全面的发展。利用网络电视的优势进行推广，就可以进一步扩大其传播广度，让更多的民众了解到广播电视的信息。从以往的情况来看，广播电视的信号覆盖面积比较小，其信号的发射以及接收都有着自身的要求，对于设备方面的要求也非常之高。这就导致了很多地区的民众无法正常进行信号的覆盖和接收，但是如果把广播电视信号与网络电视进行融合之后就可以轻易地解决这个问题。广播电视利用当前的互联网进行传播，一方面可以传播其广度，另一方面还可以提高广播电视信号的传播速度，也提高了广播电视信号传播的实时性。

2.2 加强网络电视工作的实效性，促成行业发展的多元化

在电视节目录制期间，应用高端技术进行信号传播，能够提高工作人员的整体工作效率。此外，网络电视经过长期科学的推广，能够为电视节目提供更为现代化的基础条件，不但能够确保有线电视朝着更为可靠的方向发展，还能配合

各种电缆将有线电视信号进行远距离的传送。也就说，利用计算机等高科技开发设计出更为综合的业务项目，确保各类网络数据能够贯穿电视节目之中，推动整个网络传媒的发展。

3. 网络电视的发展途径

3.1 正确认识网络电视与传统电视的内在关系

伴随着互联网技术的不断发展，人们迎来了网络电视的应用。从我国 20 世纪初至 90 年代末，部分媒体将电视节目呈现于网络之上。随着宽带提速和视频容量压缩技术的不断发展，网络电视应用更为突出。将广播电视与网络电视相融合的最重要途径，就是通过开设广播电视自己的网络宣传媒体帮助自身构建一个适当的平台。这样就可以线上线下实现广播电视节目的同步直播，并可以增设相应的增值服务的网络业务。比如央视就利用央视国际平台进行电视节目的同步直播，对于广播电视和网络电视的融合发展起到了重要的作用，并以此为基础进行深入的发展。

此外，传统电视因为传播等方面的限制，很难满足当前人们的多样性需求。而网络电视能够提供各类节目点播或暂停等多项功能，还能储存大容量的视频资源，对传统电视节目发展空间和收视群体都进行了相应的拓展。

3.2 注重网络电视媒体的全新改革

网络电视的发展促进了第三产业的文化整合。其发展的基本原理就是为网络化的数字电视提供了用户选择的空间，当前最常见的是通过数字化技术来构建模拟音质弥补音频广播在实际制作过程中的不足。在实际音频制作中，通过对模拟信号流加数字化，通过音效特技提高音质效果，最终实现音频质量的无损展现。此外，通过数字传输技术来实现移动多媒体电视业务的开展也是一条重要途径。可以实现电视高质量画面的播出，还能够促进一定的网络消费，拉动大众进行同一水平线消费，最终形成成本最低化的开展模式。同时，移动多媒体电视业务的开展也使得终端媒体接收形式越发多样，人们在任何时间和地点都可以利用移动多媒体进行同步直播观看，这对于广播电视和网络融合的发展是非常重要的途径。

另外，网络电视收费模式中，其选择空间更为自由，能够更好地进行娱乐和互动，形成文化产业全新的收费模式与改革。首先，以往的电视媒体都是从产品广告等方面直接进行收费，提升自身利润，而当前在互联网和网络技术的发展推动下，当前都是由用户直接通过消费进行，不但建立了用户之间的相互沟通，还提升了电视媒体的利润空间；其次，在生产和消费两者之间重新建立了更为平衡的市场，这样不但能产生新型的文化产业利润空间，还促进了电视和文化产业间的同步发展及创新，将利润空间转为了消费者的个性服务，使两者能够良性循环，从而推动网络电视的健康发展。

4. 网络电视的前景展望

现阶段网络电视发展前景光明，由于互联网发展阶段趋于成熟化，大众对于电视节目的要求不再局限于当前有限的资源，还希望看到更为丰富和精彩的电视节目，而网络电视正好一方面能够满足现阶段人们的需求，另一方面能够满足互联网电视网络的传播作用。

另外，我国的网络电视在各个方面更为成熟，其涉及的领域较广，如通信技术、计算机网络及广电等方面的技术。其一般主要包括：传输技术（P2P）和内容分发技术（CDN）。传输技术不同于 PC 客户端，其数据间的交换与服务体系一般不经过网络中继器而直接进行，其核心内容就是通过用户资源，利用对等的方式对文件进行传输。内容分发技术是当前最为新型的网络构建技术方式，该技术核心内容主要是利用智能策略技术，文件的传输更为稳定，也更快，人们能够在距离自己最佳的范围之内获取相应的服务，从而提升了网络资源的科学运用。现阶段，我国有线和无线网络发展更为成熟，网络电视的发展也更为成熟化，人们对于网络电视市场的肯定和评价也越来越高，发展前景越为乐观。

5. 结论

总而言之，网络电视技术的不断发展，对电视广播技术的发展带来很深的影响。网络技术的运用给电视广播注入了新的活力，加快了信号的传输速度，同时还保证了传输信号的质量，最大程度地满足受众的需求。网络技术在未来发展中的应用实现了信息的集成、分享、互动、反馈。媒

参考文献

[1] 李太斌 . 网络电视与广播电视的发展趋势分析 [J]. 中国报业，2012（06）：107-108.

[2] 闫景芝 . 论网络电视与广播电视的发展趋势 [J]. 数字技术与应用，2012（02）：192.

[3] 王春宇 . 浅谈网络电视及其发展 [J]. 世纪桥，2012（07）：147-148.

[4] 张德军 . 网络电视与广播电视的发展趋势与分析 [J]. 信息通信，2012（05）：137-138.

[5] 罗雪梅 . 网络电视与传统广电的发展趋势 [J]. 新闻前哨，2014（01）：78.

[6] 徐银 . 浅析网络电视与广播电视的发展趋势与分析 [J]. 硅谷，2011（05）：31.

[7] 沙克沆 . 网络电视和数字电视的现状与发展趋势 [J]. 西部广播电视，2015（11）：252-253.

（作者单位：国家新闻出版广电总局二九二台）

移动互联网时代的场景理论研究

摘　要：随着21世纪场景时代的到来，场景构建了万物互联的商业新格局，场景理论也被赋予了新的内容与含义。本文旨在梳理场景理论的发展与嬗变，论述移动互联时代下场景的新特征与核心要素，以探索电子媒介所构造的场景带来的社会现象及社会影响。

关键词：社会场景；社会行为；移动互联网时代；应用场景
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-075-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.030

文 / 李智颖

场景一词，原指戏剧、电影中的场面，后泛指生活中的特定情景，是人类行为的一种表现方式。因此，“场景”一词用来同时涵盖基于空间和基于行为与心理的环境氛围。[1]场景理论从戈夫曼到梅洛维茨再到如今的罗伯特·斯考伯，经过了不同时期的嬗变后被社会赋予了新的内涵。那么移动互联网时代的场景理论究竟有何不同？由电子媒介所构建的移动场景究竟如今如何呈现？它将会给人类的社会生活与行为带来何种改变与影响？笔者将以场景理论的嬗变为序，探索移动互联时代的场景所创造的新格局。

1. 从戈夫曼到梅洛维茨：电子媒介与社会场景中的人类行为

20世纪50年代，“场景主义者”戈夫曼将情景置于场景中考察第一次提出拟剧理论，80年代，梅洛维茨将戈夫曼的剧场论与英尼斯、麦克卢汉的媒介理论结合起来，研究并总结了以电视为主的电子媒介对社会场景及行为的影响。

1.1 日常生活中的自我呈现：社会场景中的表演

人生是一场表演，社会是一个舞台，日常生活中的表演是人们正常生活的一部分，戈夫曼的全部著作都以这样一个基本观点为前提。他将社会生活描述成一出多幕的戏剧，每个人在不同的社会背景中扮演着不同的角色。人们努力维持着他们在每个场景中的表演，同时不会威胁到他们在其他社会场景中的不同表演。戈夫曼据此提出了“前台／后台”理论，社会成员作为公共场景中的表演者在前台呈现的是他们能被他人和社会所接受的形象，而在后台中隐匿起他人和社会不能或难以接受的形象。

1.2 电子媒介的演进与影响：公私场景的融合

20世纪80年代中期，美国传播学家约书亚·梅罗维茨批判性地继承了戈夫曼的拟剧论，论证了电子媒介对社会行为的影响。梅洛维茨认为：“电子媒介最根本的不是通过其内容来影响我们，而是通过改变场景产生影响。”私人场景中的行为通过电视媒介在公共场景中得以表演和展示，后台的信息随时可能暴露在前台中，前台与后台场景得以混合。他用场景的方法考察媒介本身的演进对人类社会行为的影响，在电子媒介和日常生活的社会行为之间嫁接了一座新的桥梁。

2. 场景时代的到来：移动互联网的商业新格局

21世纪以来，手机等移动设备正改变着我们的生活方式，打造着新的社会秩序。在此背景下，美国记者罗伯特·斯考伯率先提出了商业模式中适用的“场景”理论，他注重商业价值，主张构建满足用户个性化需求的应用场景。在场景时代，人类与商业间被重新连接，应用场景构建了万物互联时代的商业新格局。

2.1 从流量到场景：移动互联网中场景的新特征

基于互联网高频率、快速化、连接一切等特点，场景时刻都在发生变化，碎片化特征十分突出。除去微信、陌陌这种社交场景为主的应用，网络购物场景也呈现出碎片化，商品出现在我们每个人能够随时触及的地方，针对人们不同的碎片化时间，购物被“见缝插针”地打碎并分散在我们各种各样的活动中。

不同的场景会有不同的应用周期，每个应用场景会随着市场及用户需求的变化不断调整变动。早期的即时通讯工具操作繁琐，在复杂的场景中，用户的体验感很差，在这种情况下，具有极简功能的kik软件应运而生，极简主义场景被迅速建立起来。之后，腾讯微信团队在短短三个月内推出了微信平台，并通过用户的体验反馈推陈出新，不断优化其功能，1.0版与2.0版之间仅仅相隔四个月，场景在短时间内便被重新建构，迭代速度日异月异。

2.2 以人为本的极致体验：支撑场景的核心要素

移动互联网时代，场景颠覆传统流量入口。如今市场上的许多商业模式都围绕着用户展开，时代的齿轮已经从以物为中心转至以人为本，满足用户个性化需求的体验感便成为支撑场景最重要的核心要素。美团外卖通过卫星定位获取用户的即时位置信息，通过收集用户以往在不同商家的订购频率与数据，从中分析其行为喜好，以实现对不同用户的精准定位，为其提供独一无二的场景，满足其个性化需求。

在互联网的场景中，群体通过一定的共同爱好聚集并形成社群。消费者通过社群的情感纽带彼此分享，在需要一件物品时，即时应用场景中又恰好有可以通过点击进入跨界场景进行购买的链接，这种场景暗示便可使消费者从“需要”变为“想要”。如今的微信与美团外卖结盟，结合了“聊天＋支付＋团购＋打车＋外卖”等场景，形成的场景更具想象力，范围更加辽阔，这种以情感为纽带，分享为桥梁的营销方式可为企业带来商业利益，在场景的跨界连接中实现商业价值。

3. 移动中的场景：对碎片化时间的占有

场景是人类行为的反应，是人类行为的表现方式。[2] 在如今的移动互联网时代，速度越来越成为人们关注的焦点和追求的目标，我们为了适应更高速的日常生活，开始碎片化生存。与此同时，场景对时间的不断占有也使得我们在数字化生存中患上了媒介依存症，不仅原始距离的意义被重构，移动场景也在消费主义的盛行与集体狂欢中失真并走向异化。

3.1 媒介依存症：距离的失范

随着移动互联网时代的到来，地球变成一个万物互联的晒博村。在这种现代性语境下，距离的意义在此被重构。如果体验是基于世界状态的感知，那么移动互联网时代场景则是以人为本、为核心。

在移动场景时代，我们获得了全新的距离体验，但同时也浸在手机构建的碎片化场景中无法自拔，患上了媒介依存症。“齐美尔所言的心理距离是都市敏感症的一种极端形式，它在现代都市中表现为一种对周围环境冷漠的态度，一种在腻烦生活态度中表现出来的冷漠形式。”[3] 他们沉迷于感官刺激，放纵于网络社交与娱乐，从而逃避现实，拉大了现实生活中人际间的心理距离。这种过限的距离使他们患上了线下社交恐惧症，从而难以处理线下的社交关系，造成现实中的人际关系淡薄或隔阂，甚至产生摒弃现实社会角色、逃避现实社会责任的行为，极大地影响了现实生活。

3.2 欲望的满足与失控：分享、消费与狂欢

“参与是一种行为，让你在看到或听到某些东西时觉得自己的回应也是活动的一部分。”[4] 移动场景中，用户之间相互连接，加入社群，其自我表达与分享的欲望在互动的参与感中得到满足，与此同时，用户在以情感为纽带的场景里消费着金钱与文化，消费欲望得不到合理发泄。

在以情感为纽带的社交场景中，群体行为往往具有盲目性。勒庞悲观地将其称为“乌合之众”。以微博为例，无论是社会事件还是娱乐新闻，在场景匿名性的掩护下，他们变身“键盘侠”，发表不负责任的看法。他们消费明星，消费新闻，消费各种各样的文化，以这种方式宣泄着生活中的负能量与失控的欲望。在这种对物质与文化的消费中，人们将场景变成了娱乐与集体狂欢的场所，场景也在消费主义的盛行与集体狂欢中失真并走向异化。

万物互联时代，移动场景的本质是对碎片化时间的占有，它在改变我们的生活方式、为我们带来极致体验感的同时也对人类的社会行为造成了影响。我们应客观评判被重构的距离，警惕因贪恋场景而导致的媒介依存症。同时也要理性看待场景中的互动分享、消费、狂欢等行为，在欲望的满足与发泄中寻找适当的平衡，理性消费，防止做出失控行为。

4. 总结

互联网经过流量与数据时代，终于进入场景时代。场景理论经过戈夫曼到罗伯特·斯考伯的嬗变发展，也被赋予了新的内容与含义。随着科技的发展，VR 技术在各领域中声名大噪，其所创造的虚拟场景拥有不可估量的前景与未来。那么在极具沉浸感的虚拟场景中，场景理论又将会产生何种变化，将带给商业、带给社会何种影响，我们翘首盼望，拭目以待。媒

注释：

① 彭兰 .《场景：移动时代媒体的新要素》[J]. 新闻记者，2015（3）.

② 陈虎东 .《场景时代：构建移动互联网新商业体系》[M]. 北京：机械工业出版社，2016：9.

③ 周宪 .《文化现代性与美学问题》[M]. 北京：中国人民大学出版社，2005：318.

④ [美] 克莱·舍基著，胡泳、哈丽丝译 .《认知盈余：自由时间的力量》[M]. 北京：中国人民大学出版社，2012：26.

参考文献

[1] 彭兰 . 场景：移动时代媒体的新要素 [J]. 新闻记者，2015（3）.

[2][美] 约书亚·梅罗维茨 . 肖志军译 . 消失的地域：电子媒介对社会行为的影响 [M]. 北京：清华大学出版社，2002.

[3] 陈虎东 . 场景时代：构建移动互联网新商业体系 [M]. 北京：机械工业出版社，2016

[4] 周宪 . 文化现代性与美学问题 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2005.

（作者单位：江苏南京航空航天大学艺术学院）

大数据技术为广播的长足发展提供技术支撑

摘　要：本文提出了大数据技术概念、特点及对广播媒体的重大意义，介绍了大数据技术管理平台的构建方式及采用的关键技术，探讨了大数据技术原理及大数据在安全方面遇到的问题。结合电台的工作实际，详细叙述了大数据技术在提高广播节目制作质量、精准的收听率调查、信息获取渠道及发挥主流媒体作用等方面的作用。

关键词：大数据；广播媒体；云计算；数据分析

中图分类号：TP391　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-077-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.031

文 / 蒋文利

引言

大数据管理对广播媒体的意义不在于它的海量数据，而是在于对这些有用的信息进行媒体化的信息整理，也就是让大数据成为广播媒体的一种有价值的工具，通过对音频数据的深度挖潜，实现广播媒体资产的保值增值。广播媒体如何融入大数据时代，搭建大数据管理平台，利用对大数据的采集、内容的综合分析改变广播媒体的传播方式，创新营利模式，为广播节目的改版、名牌节目和名牌频率创新提供决策依据。探索出广播媒体在新的媒体环境下信息传播和媒体服务的发展之路，提升广播的核心竞争力，是广播人不可回避的问题。

1. 大数据技术特性、原理及关键技术

1.1 大数据特点

大数据也称之为海量的资料，是利用现代化的 IT 技术产生的巨量信息资产，具有巨大的观察力、决策力、高成长性和信息种类多样性等特点。大数据管理是对不同的信息来源、不同格式的信息内容进行收集、存储和关联分析，从中获得新规律，创造出有新价值的信息技术和服务业态，它是数据容量巨大、种类繁多、索引和调取速度极快、可用价值高的巨型数据库。因此，大数据相比传统数据在“快速、价廉、优化”三个方面是最好的。

1.2 大数据的关键技术

（1）大数据收集技术。是通过频道随录音频节目、网络广播及听众互动、社交网站互动所收集的结构化、非结构化和半结构化的巨量数据。利用两个功能模块实现大数据采集：大数据智能传感模块即数据传感部分、互联网数据交换部分、感知适配器部分、自动识别系统及软件硬件联接部分，对不同结构的巨量数据进行自动臻别、追踪、定位、上传下载、信号转码、监管、预处理等。大数据分析整理模块：将大数据平台的服务器虚拟化。采用分布式、网格节点数据存储方式，大数据提取、存储、集聚、解析和可视化接口技术，大数据的网络数据交换及数据压缩技术，大数据加密技术等完成对大数据的处理。

（2）大数据初始化技术。是对收集数据的辨别、分析、提取、整理等操作。重点包含两个方面。数据提取：可将这些不同结构类型的数据转化成统一的、方便处理的数据结构类型，提高数据解析和处理能力。数据清理：采集的大数据不是完全都有用的，首先要对采集的数据去伪存真和去粗取精，避免一些无用的信息对有用信息的干扰。数据清理的目的就是对有用和无用信息进行有效的过滤和分离，从而获得所需要的有用数据。

（3）大数据的存储和管理技术。大数据存储与监管就是把收集到的不同结构的数据保存到所建立的数据库中，并对其进行管理和上传下载。大数据存储方式有高速读存的存储、分布式文件存储、网格节点存储、去冗余数据存储及高性价比的大数据存储技术。大数据管理技术包括数据库建模、数据复合、不同类型大数据管理、大数据查寻及可视化等相关技术。

（4）大数据分析及挖掘技术。大数据分析提升了现有的音频节目数据高效利用，采取面向对象的数据联接、相似性联接大数据整合，解决网络媒体用户的主观好恶分析、在线收听分析等面向互联网的大数据分析技术。大数据挖潜技术是从庞大的、不完整的、不清晰的、随机的实际数据中，提取隐藏的、不可预知的，但又确实存在的有用信息内容的过程。

1.3 构建大数据技术管理平台

广播的大数据管理需要建设大数据技术管理平台，来实现广播音频节目、文字稿件及相关的广播资源在平台上的联接、存储、解析、共建共享、索引调用和管理的目标。大数据平台包括音频节目联接模块、存储模块、解析模块和管理模块四个模块的内容。音频节目联接模块：它能完成最基本的技术服务功能，向电台各频道不同格式的整体节目和节目素材提供不同的类型的数据应用接口，为电台的音频节目大数据平台提供最基本的音频数据支撑。存储模块：它是大数据管理平台最主要的部分，是数据采集的归属地和资源池，用来存储不同格式的音频数据。采用音频的元数据和音频节目分开管理，查寻节目的元数据内容很少，占用的码流也就很少，实现音频节目高速查询功能。存储方式采用的是云存储结构，音频节目被存储在云存储系统中的不同存储节点上，音频节目是采用高速并行的访问方式，提高了节目的音频的上传和下载的速度。解析模块：它是大数据管理的核心模块，采用分布式存放和并行网格计算，并提供数据的聚集、类型划分、提供联接、测算和可视化插件及音频数据的深度挖潜、

解析、开发软件工具。管理模块：提供音频节目、元数据、编目、操作人员权限、数据接口、系统服务监控、平台运行维护等管理功能。

1.4 大数据技术原理

大数据管理不能用某一台电脑完成任务，应利用云计算的分布式、云端存储、虚拟化、高速并行数据库和互联网等相关技术，通过云计算系统平台向数十台、数百台乃至上千台计算机分配工作，并行计算和处理，然后再进行数据的汇总，最后得出对庞大数据进行分布式的挖掘后的运算结果。

大数据的技术原理包括以下几个方面：数据中心原理：对非结构音频数据处理从以“过程”为中心，转换成以“数据”为中心，通过多种技术对不同来源的信息进行整合，从而获得大数据。数据的价值原理：大数据的使用是通过互联网实现的，非网络环境 IT 产品使用体现在功能上；互联网环境 IT 产品使用体现在数据上。全标本原理：从过去的部分样本转变为全部样本，数据越是足够多，可视化程度越清晰、受众看得越清楚。注重效率原理：是由注重精准度变为注重效率，让广播媒体的发展决策更高效。注重关联性原理：从注重因果关系变为注重关联性，只需知道是什么，不用知道为什么。事件预测原理：大数据最重要价值是事件预测，是把云计算的网格运算运用到巨量的大数据上来，预知事件发生的可能性。

1.5 大数据的安全问题

之所以称之为“大数据”，是因为它的种类繁多、存储信息量庞大。它能把不同结构数据经过整理、提纯、解析后获得有利用价值的信息。大数据不仅广播媒体喜爱，黑客也在觊觎。大数据存在以下几方面的安全问题。云数据安全问题：大数据通常经过云端进行数据交互，极易遭到黑客的攻击，需要采用安全可靠的大数据云计算策略。网络防范：越来越多的线上交易、线上数据互换、线上互动都是在网络上进行的，使黑客得手的机会不断增加，一旦出现问题，大量的数据会丢失，媒体的声誉及经济利益遭受损失，甚至还会发生法律纠纷。大数据加密：大数据的采集、存储、数据在网络的上传下载，均通过计算机和移动设备，数据存在安全隐患，一旦信息泄露将导致不可挽回的损失，应利用透明加密技术对大数据加密。透明加密是使用者在透明加密环境下，系统采用智能方式对文件加密和解密，当退出透明加密环境时，黑客无法打开自动加密的文件，起到了对大数据的保护效果。

2. 大数据技术在广播中的应用

2.1 大数据为精准的收听率调查提供数据支撑

传统广播收听率调查是采用随机抽样的方式，对听众收听广播的地域、时间、收听工具等进行信息收集统计，它是一种概率统计结果，对数据内容的分析很少。利用大数据进行收听率的调查具有两个特点：一是不依照样本数据，采用的是总体数据。二是大数据在原理和应用上更加科学有效。所收集的数据大幅度增加，数据参数也不断更新，并对采集数据进行综合分析和深度挖掘，知其然更知所以然，不仅可以提高收听调查数据的精准性，所获得的数据具有丰富性、多样性和相关性，并整合出收听率调查数据库，降低获得收听率调查数据的成本，为电台的节目改版、节目创新提供强有力的数据支撑。

2.2 大数据使广播媒体获得的信息更加精准

互联网上聚集了数量庞大的各种信息，它包括音频节目、视频内容和文字稿件，而自媒体的内容更是取之不尽，每个网络用户都可以成为信息的发布者。大数据的采集渠道多样，数据种类繁多，数据量巨大，而这些数据是通过多个大型数据库进行数据解析、分类、归纳，编辑记者可从类型繁杂的数据中提取出对广播媒体有用的信息，使广播媒体获得的信息更加精准。

2.3 大数据助推广播媒体发挥作用及媒体资产增值

采用大数据管理对广播音频节目进行深层次的挖掘和管理，将使这些普通的音频节目产生具有数据功能的价值。电台媒体资源的真实性、公信力和权威性一直被社会所公认，对大数据的分析挖掘是在原始数据真实可信的基础上进行的。这些大数据可为广大受众和其他媒体提供新闻信息的增值服务。如：大数据可以对财经类新闻进行分类、整理、归纳，把整理出来的数据通过网络平台出售给客户和受众；让客户了解国家政策、经济走势、科技动向、市场行情，并进行市场预测和引导；扩大了网络自媒体的真实信息的来源，占领网络媒体的主阵地，让广播媒体发挥主流媒体应有的作用，避免虚假新闻在社会的负面影响。这样无疑可将电台的音频节目及相关数据得到多次应用，提升电台媒体资源的使用率和再利用率，让电台的媒体资产增值。

3. 结语

媒体在大数据时代的竞争就是媒体大数据的采集、整理、计算分析和应用能力强与弱的竞争。广播媒体只有掌握了大数据的采集、挖掘和分析，并从中获得对新闻内容更加深刻的观察、理解和预见，才能制作出一批大数据媒体节目。通过对大数据的管理和分析，对广播的发展格局做出相应的调整，为广播转型发展提供有价值的数据。广播媒体完全有能力成为大数据应用的引领者，为广播媒体未来取得长足发展探索出一条行之有效的发展之路。媒

参考文献

[1] 栾轶玫：《大数据重塑媒介生态》，《视听界》，2013（4）.

[2] 张守信 . 广电如何玩转大数据 ?——兼谈社交网络分析工具对广电大数据应用的启示 [J]. 声屏世界，2013（10）：8-11.

[3] 吴林飞 . 大数据时代的广电网络客户关系管理 [J]. 中国数字电视，2013（9）：39-42.

[4] 王建磊 . 大数据带给广电行业的本质变革 [J]. 声屏世界，2013（9）：8-11.

[5] 朱艳红 . 大数据时代广播电视节目的转型升级 [J]. 新闻研究导刊 .

（作者单位：天津广播电视台）

研究网络传播时代对电视新闻的影响

摘　要：随着社会经济的不断发展和科学技术的日新月异，我们迎来了互联网时代。这一时代的到来在很大程度上改变着我们的生活方式和社会交往方式。网络传播时代的到来，对电视新闻的发展提出了新的要求。网络时代的到来为电视新闻的发展提供了机遇，在很大程度上影响着电视新闻的发展，因而电视新闻在发展过程中要注意与时代发展相结合，顺应时代发展的潮流，继而利用网络传播这一大环境，从而促使电视新闻更好地发展，这是社会发展的必然趋势。

关键词：网络传播时代；电视新闻；策略

中图分类号：G22　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-079-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.032

文 / 力涛盈

前言

网络传播时代的到来，对传统的电视新闻发展模式产生了巨大的冲击，网络时代的到来为电视新闻的发展带来了巨大挑战，也为电视新闻的发展提供了机遇。电视作为一种历时久远的新闻媒体，在人们生产生活中发挥着重要作用。电视新闻在发展过程中要顺应时代发展潮流，与网络传播时代发展相结合，准确定位，朝着现代化、智能化、科技化方向发展，这是社会发展的必然趋势。

1. 网络传播时代的概述

1.1 网络传播时代的含义

提到网络传播时代，首先得了解网络传播媒体，网络传播是以网络传播媒体为载体，继而发展起来的一种时代发展潮流。网络媒体又被称之为互联网媒体，是指依托国际互联网、电脑等媒介，继而通过文字、图像、声音等形式实现对新闻消息的传播。互联网媒体也是一种多媒体、数字化传播的媒介，而互联网媒体所引发的经济发展新常态，即为网络传播时代。

1.2 网络传播时代的特征

（1）数字化媒体。也就是说，网络传播时代的发展主要依托数字化媒体这一媒介展开的，数字化媒体通过数字信号进而实现信息的传输。而这些数字信号包括文字、图像、声音等。这种方式使不同形式的信息之间的转换更为便捷，很大程度上提高了信息的传播速度。

（2）传播范围广。网络传播时代与之前发展模式相比，在信息传播范围上具有优势。网络传播时代信息传播范围广，改变了传统传播媒体在信息传播空间上受诸多因素影响的弊端。换句话说，传统媒体在信息传播过程中所能传达的范围相对较小，而网络传播时代则使得信息传播范围更为广泛，毫不夸张的说，借助网络传播媒体这一媒介，可以在较短时间内提高一个人的知名度，从而使这个人成为世众人皆知的公众人物，这就是网络传播媒体的魅力，也是网络传播时代的一项重要特征。

（3）信息量大。网络传播时代，毫无疑问，要处理海量的信息，继而从巨量信息中寻找到民众所要寻找的资源。因而，网络传播时代便意味着要对海量的信息进行分析、处理，继而筛选出民众所需要的信息，被挑选出来的信息也将成为最有价值的信息，为民众或企事业的发展在决策方面提供依据，使科技真正意义上实现为民众服务的目的。

2. 网络传播时代对电视新闻产生的影响

2.1 电视新闻传播的垄断模式得以改变

网络时代的到来，产生了众多新兴媒体，包括微博、微信、陌陌等，这对电视新闻传播的垄断模式提出了挑战。网络时代的到来，在很大程度上冲击了电视新闻的垄断模式，使这一模式得以改变。在网络传播时代未到来之前，电视新闻传播基本上操控着整个新闻界。随着，网络传播时代的到来，打破了这一垄断模式，人们对信息的获取不再仅仅依托电视新闻，还可以通过新兴媒体实现对新闻的追求，这种模式也方便了人们获取信息的途径，为人们的生产生活带来极大便利。

2.2 改变了新闻传播的方式方法

网络时代的到来，在很大程度上改变了新闻传播的方式方法。新媒体的广泛应用，扩充了新闻传播的路径，也改变了新闻传播的路径。人们对新闻的获取，不再仅仅依赖传统媒体，包括报纸、电视、收音机等，而开始了一种依托互联

网展开的新的媒介方式。这种方式，为人们获取新闻带来了极大的便利，节省了大量的时间和精力，可谓是省时省力。另一方面，改变了新闻的传播方法。传统的电视新闻在传播时往往依托文字或者声音展开，辅之以简单的图片，而网络传播时代下，新闻的传播可以通过文字、图像、声音、视频等形式来实现传播，创新了传播形式，丰富了传播内容，从而使新闻更形象、生动、具体、饱满。

2.3 新闻传播的受众地位得以改变

网络传播时代的到来，使受众地位得以改变。在传统的电视新闻传播过程中，受众者常常处于被动地位，通常新闻的发布者只能以权力机关或事业单位为主体，而受众者则在新闻传播过程中处于被动地位，也可以说是从属性地位。随着网络传播时代的到来，受众地位得到很大改变，受众者也可以通过相关媒介平台发表言论，从而使新闻不再局限于权力机关，民众也有参与新闻运作的过程。民众只需在手机上动动手指，便可以实现对新闻的传播，发表或评论，受众在新闻传播过程中由原来的被动地位变为处于主动地位。

3. 网络传播时代背景下电视新闻发展的策略

3.1 借助新媒体技术实现发展

要想使电视新闻在网络传播时代更好地发展，需要借助新媒体技术从而更好地为电视新闻的发展服务。电视新闻在播放过程中，民众可以拿起手机，通过微信上的摇一摇功能实现对电视新闻等相关公众号的关注，并且可以在公众号平台上发表言论，提出自己的观点，也可以对电视新闻节目的发展提出建议，或者对电视新闻的制作提出批评等，从而为电视新闻的发展提供建议，使电视新闻不断更新完善，促进电视新闻健康持续的发展。当然，网络传播时代的到来对电视新闻的发展产生了巨大的冲击，但是电视新闻在发展过程中面对这一情况，不应逃避，也不惧恐惧，而是要不断创新，借助互联网与手机终端联系起来，从而使自身内容上的优势不断彰显出来，拓展电视新闻传播领域，创新传播方式，使电视新闻在传播过程中朝着现代化、智能化、科技化方向发展，这是电视新闻发展的必经之路。

3.2 增强精准评论的权威性

网络时代的到来，伴随着一系列新兴媒体的产生，在很大程度上冲击了电视新闻的发展。电视新闻在这一时代背景下，要充分认识到自身的优势，并且不断深入挖掘，在网络传播时代占据有利地位。电视新闻与新兴媒体相比较而言，在人才和互动性方面占有优势。因而，电视新闻要重视人才的地位和作用，充分发挥人才的优势，在时事热点、政治论坛等方面阐释出自己独到的观点，增强电视新闻的权威性。与此同时，电视新闻具有较强的互动性，要充分激发这一潜能优势，在传播内容上要充分满足民众需求，增强民众的信赖度和依赖度，提高电视新的知名度，稳固民众对电视新闻的情感纽带，从而使电视新闻进一步发展，这是社会发展的必然趋势。

3.3 加大对新闻直播节目的重视度

新闻直播节目在电视新闻发展中发挥着重要作用，是电视新闻发展的中坚力量。也正是因为新闻直播的这一特性，在很大程度上吸引着众多民众。因而，电视新闻要想在网络传播这一时代背景下不至于被淘汰，需要相关负责人要加大对新闻直播节目的重视力度，采取一切力量，调动一切社会发展优势，从而提高电视新闻直播节目的质量，丰富电视新闻直播节目的内容，满足民众的需求，顺应社会发展潮流，努力提高电视新闻直播节目的知名度和受众人群，扩充传播范围，从而使电视新闻更好的发展。

4. 结语

网络传播方式，充实了新闻内容，提高了新闻传播质量，同时集合了传统传播方式的众多优点并凭借其自身独特而强大的优势走向了新闻传播的最前沿。电视新闻在发展过程中要顺应这一时代发展潮流，不断创新新闻传播方式，充实新闻内容，提高新闻传播质量，从而使电视新闻更好的发展。媒

参考文献

[1] 刘轩 . 网络传播时代对电视新闻的影响与建议 [J]. 环球市场信息导报，2016（10）：104-105.

[2] 杨文祥，高峰 . 移动互联网传播呼唤电视新闻的“短、实、新”[J]. 电视研究，2015（8）：42-43.

[3] 祝思凝 . 全媒体时代电视新闻播报形态的衍变——以中央电视台《新闻直播间》为例 [J]. 电视研究，2015（6）：58-60.

[4] 刘俊 . 技术赋权与社会赋权的回响：媒介融合时代的电视时政新闻改革——基于对近年来央视《新闻联播》春节期间创新的分析 [J]. 新闻界，2015（9）：30-37.

（作者单位：西安市西北大学新闻传播学院）

报纸新闻客户端发展现状及对策探讨

摘　要：互联网的发展渗透到了各个领域，影响着各行各业，社交、生活、获取信息等都发生了明显变化，新闻客户端是近年来互联网时代我们获取信息的重要来源，新闻客户端的发展改变了传统获取信息的方式，为我们提供了海量的信息。但是值得注意的是，报纸新闻客户端的发展还存在一定的问题，各方为争夺市场，同质化竞争的局面显现得较为明显，很难留住用户，本文针对报纸新闻客户端的发展现状提出几点针对性的建议，希望有助于报纸新闻客户端的发展。

关键词：报纸；新闻客户端；融合发展

中图分类号：G124　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-081-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.033

文 / 宋大为

互联网的发展极大地丰富了我们获取信息的方式，手机新闻客户端的逐渐普及，使得人们获取信息更为方便快捷，新闻客户端成了我们手机应用中的常备软件。此外近年来报纸作为传统媒体的代表，面临的形势越来越严峻，也在寻求与新媒体的融合发展，报纸新闻客户端的发展也取得一定的成绩。

1. 报纸新闻客户端的发展现状分析

现如今人们的生活方式与之前相比已经发生较大的变化，移动终端成为人们获取信息的重要渠道，各家媒体对移动终端的开发也越来越重视，苹果版 APP 与安卓版 APP 中的新闻客户端也越来越多，人们的需求也越来越大，同时促进了新闻客户端的发展。

1.1 报纸新闻客户端的分类

报纸新闻客户端有三种，第一类是独立客户端。这一类客户端的显著特点是报纸媒体自我研发、自我运用。此类客户端的优点是借助原有媒体的号召力与影响力，能够较快地打开市场，缺点是自主开发的难度较大，运用自主客户端与推广都需要大量的成本，此类客户端的代表有《南方周末》《人民日报》等。第二类是非独立客户端。此类报纸新闻客户端是以网报合一的形式出现，区别与独立客户端，内容上更偏向于报纸网站这种类型，在新闻客户端中占据较大的比例。第三类是入驻客户端。此类客户端的平台影响力都比较大，如网易、搜狐等，一些报纸新闻媒体通过入驻的形式，在这些网络平台上很容易获得人气和关注度，成本相对较低，也是报纸媒体经常选择的一种方式。

1.2 报纸新闻客户端的特点分析

报纸新闻客户端的建设跟网络发展密不可分，网络的发展改变了报纸媒体生存的环境，为了适应现实社会的发展，报纸新闻媒体需要作出一些改变，以适应变化的形势。报纸新闻客户端的建设使得报纸新闻更具及时传播性，阅读上也更加方便，也是报纸向无纸化与数字化发展的重要体现。

此外报纸新闻客户端还实现了快速浏览与深度阅读的结合，新闻客户端中不但能够实现快速浏览的工作，同时在内容的设置上也保留了一定的纸质阅读的习惯，深度评论、背景资料等使得阅读质量得到保障，兼顾了快速阅读与深度阅读两者的优势。从传播方式上来看也更加多样化，传统纸媒受传播方式的限制，很难实现第一时间传递新闻信息的功能，报纸新闻客户端实现了新闻的实时传递，对一些突发事件还可以进行现场直播，信息的传递不再局限于文字，可以通过语音、视频等多媒体方式进行。

此外，报纸新闻客户端的另外一大特点就是实现了分享交互功能，用户在新闻客户端看到的新闻可以分享给朋友，还可以在新闻中发表自己的评论，同时用户还有可能成为新闻的发布者和传播者。

1.3 报纸新闻客户端的发展

报纸新闻客户端在发展过程中是对传统媒体的补充，是未来纸媒发展的新方向。只是在发展过程中，报纸新闻客户端面临着更加复杂的情况。新闻客户端市场中新闻门户网站处于优先地位，网易、腾讯、搜狐等平台占据较大的市场份额，也具有独特的竞争优势，在传播市场上占据重要份额和主动权，在运营投入方面也有更多的投入。同时还受到其他应用的竞争压力，如游戏、社交等应用，报纸新闻客户端的发展环境并非一帆风顺，因此，也需要对报纸新闻客户端的发展作出思考和规划。

2. 现阶段报纸新闻客户端存在的问题

报纸新闻客户端在实际发展的过程中还存在着一些不可忽视的问题，这也成为限制报纸新闻客户端进一步发展的阻碍。

2.1 同质化严重

不管是对于传统纸媒还是对于新兴媒体，内容是取胜的一个非常重要的法则，而且要想成功也离不开在焦点上制造出更显著的特点。大部分报纸新闻客户端内容在栏目上设置的头条等新闻都是从纸媒内容照搬过来的。不但如此，在版式设计上报纸新闻客户端也是从报纸那儿搬来的，绝大部分是纸媒的电子版。并且，报纸新闻客户端在传统优点的同时，也延袭了纸媒“千报一面”的缺陷，这就在一定程度上导致客户端自身缺乏个性。而用户在使用同类的新闻客户端时，往往不会过多追求，这反而在移动应用的竞争中让绝大部分的报纸新闻客户端无法吸引更多的用户下载并且使用。

2.2 缺乏对用户的吸引力

在刚开始推出时，报纸新闻客户端还有着比较高的关注度和下载量，但是用户量也随着时间的推移而呈现不断下降的趋势。从实际情况上来看，这就说明报纸新闻客户端对用户的吸引力较差。这就对报纸开发新闻客户端提出了一定要求，对用户的实际需求有一个准确的把握，并根据用户的需求带给用户真实的体验。用户在面对纷繁复杂的消息时，不但要站在用户的角度考虑用户获取信息是否具有方便性，还要切实地关注客户端是否更容易分享，互动参与的体验效果如何等等。

2.3 盈利模式不明确

现阶段新闻客户端仍然处在一个探索的时期，并未形成一个成熟的盈利模式，即便是商业网站在此方面也仍然需要很长的一段路要走，这和其下载量以及访问量没有达到一定的水平有着非常密切的关系。与此同时，还因为绝大部分的报纸媒体的影响力较多集中在某一地区，以及地方广告的传播观念过度对传统媒体投放广告的依赖等都是现阶段新闻客户端存在的问题。

2.4 未和其他移动传播平台形成联动

近年来报纸开始向互联网转型，在这过程中报纸开始尝试开微博、办网站等新的媒介形态，但还是有很多报纸并未对这些做法的本质进行明确。虽然新闻客户端已经成为了如今报纸媒体的标配，但是实际上还是有很多报纸固守一成不变的经验，并没有切实地打通这些媒介的形态。随着现阶段移动化潮流的发展，再加上人们媒介接触的碎片化趋势越来越显著，这也让人们接触媒介的时间呈现出越来越短的趋势，刷朋友圈就是非常好的见证。这就对媒体的信息传播提出了要求，争取形成一个全方位的信息传播，进而从多个结点上和用户之间形成一种交流。

3. 报纸新闻客户端发展策略

随着报纸新闻客户端的不断开发，在移动传播市场中一些比较有影响力的报纸新闻客户端开始占据了一定的位置，仍然还是有很多的报纸新闻客户端处于一个比较“边缘”的状态。报纸新闻客户端应该朝着什么样的方向发展？在各方面的激烈的竞争和自身的移动化转型中应该如何去发展？

3.1 改变传统新闻内容生产理念

传统意义上的新闻内容的生产的信息传播更多的是模式化，在传播机制和流程上还非常固定。随着移动互联网时代的嬗日新月异发展，对信息的即时性提出了越来越高的要求。对于新闻的生产而言，同步直播等都给其带来了很大的压力。因此，这就需要新闻内容在生产时不能只仅仅局限于单一的信息采集和提供，而是要开发出和用户兴趣相符合的信息产品，将报纸的内容生产流程从根本上打破，并强化互联网思维，争取带给用户更多全新的阅读体验。

3.2 加强对用户的研究和把握

移动互联网时代下传统的新闻内容已经无法满足受众的实际需求，因此这就需要对用户的实际需求和以及用户的接触习惯进行仔细的研究，只要这样才能够将策划的新闻内容和用户的个性化需求相符合，加强对用户体验的重视，才能够在如今激烈的竞争中收获满满。

3.3 重视和其他媒介产品的融合发展

用户在移动终端上经常会体验诸如微博等不同的媒介产品，这些用户的习惯更多地体现出现阶段是一个媒介融合的时代，同时也反映出全媒体的媒介体验才是现阶段用户更需要的。基于此，在移动传播中要想占据主动地位，需要传统媒体进行全方面的融合，让信息全覆盖的效果更好的实现。只有媒介产品相互引导和链接，才能够更好地实现传统媒体和新媒体的融合发展。媒

参考文献

[1] 雷晓东．以用户为中心的新闻客户端的设计探讨 [J]. 新闻爱好者，2016（7）：86-88.

[2] 清博大数据新媒体指数团队．中国传统媒体新闻客户端发展报告 [J]. 青年记者，2016（4）：9-14.

[3] 黄志杰．新闻移动客户端浪潮下的业者回归 [J]. 青年记者，2016（4）.

[4] 马哲．地方新闻网站做好新闻客户端的“微创新”[J]. 新闻战线，2017（09）.

（作者单位：宁夏中卫市新闻传媒集团）

计算机技术在广播电视工程中的应用

摘　要：随着社会的发展，人们对生活质量方面的要求和在视觉上的要求也越来越高。我国在视听方面的技术不断发展，人们对高质量、高品质的广播电视节目的期望也在不断增高。在科技的发展中计算机技术逐渐在很大范围内都起着关键作用，将计算机技术加入到广播电视工程中，可以让广播电视的技术水平得到很大程度的提升，从而实现高质量的视觉体验，不仅可以让广播电视的发展更加完善，也可以让计算机技术得以推广，被人们所了解。

关键词：计算机技术；广播电视工程；应用

中图分类号：TP399　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-083-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.034

文 / 王浩玮　舒茂华

随着计算机的普及，人们逐渐进入信息化的时代，广播电视工程在这个发展快速的时代，通过加入计算机技术来提高广播电视的画质以及传播的速度，从而提升整体的视听效果，让广播电视在制作流程中更加清晰，一旦出现失误可以及时在电脑上显示出来，使问题可以快速有效的解决，为人们带来更加高品质的视听享受。科技在不断的创新，新的技术对广播电视的发展有着重要影响，计算机技术的加入，让广播电视工程更加科学化，同时，也让计算机技术有了很好地展示平台以及更好的发展前景。

1. 广播电视工程与计算机应用现状

1.1 计算机技术在广播电视工程中的应用概述

计算机在现代生活中已经被广泛使用，涉及各行各业。在广播电视工程的媒体里加入计算机技术，可以很大程度上将广播电视节目品质提升一个高度，从某种意义上来讲，没有计算机就没有完整的广播电视节目。计算机技术的加入也让广播电视工程从传统走向现代，传统的广播电视工程，主要用到的是音频和视频的模拟信号来完成信息传输的，不过以上这两种模拟信号特别容易在传输过程中受到外界信号的干扰，扰乱信号的传输就会出现信号丢失的现象，在播放时会出现声音卡顿或者图片损坏等现象，影响广播电视节目的视听效果，这一问题不断困扰着广播电视，已经影响到广播电视的发展，所以解决这一问题是当务之急。在计算机技术加入到广播电视工程后解决了这一问题，经过研究，人们用计算机技术将音频、视频转换为数字信号之后，就可以很好地避免这一问题，并且数字信号相对于传统的信号来说传输的速度更快。

数字信号有很多的优点，主要体现在以下几个方面：（1）数字信号没有噪音，这是最直观的优点，传统的模拟信号必须通过专门的相关技术处理才可以去掉噪音；（2）在视频信号的处理方面，视频信号可以利用计算机的集成电路对此来进行各种运算处理，传统的模拟信号却仅可以对视频的亮度、对比度等进行简单调整。（3）数字视频信号用的是数据线传输、采集，这样的方式可以保证信号不会被损坏或者丢失，但是传统的模拟信号在这些过程中可能会出现信号损坏或丢失的现象。所以计算机技术的加入让广播电视在声音和画面上的质量有了很大的突破，为人们带来了更好的视听效果。

1.2 在广播电视的后期编辑中的应用

后期制作对广播电视来说是很重要的，但是，传统的后期编制因为受到节目播放时间的限定，剪辑人员要针对节目的主题，对录制好的节目画面进行仔细的挑选，选出在镜头中出现的符合主题的部分，去掉不会对节目有影响的部分，然后把这些关联起来完成最终的剪辑，这是第一步；剪辑之后要为视频添加很多音效来让视频更加的富有感情，必要时可以在视频中加入一些特效，电视节目就这样完成了。整个制作过程需要工作人员全身心的投入，并且要把录制好的节目一帧一帧的进行筛选，必须认真才能避免出错，进行筛选时也需要有专业的人员一遍接着一遍看录制的节目，这对人的心理是极大的考验，不只是耗时、耗力还效率低，且易出现失误。计算机技术的加入，为后期制作提供了很大的便利，使用非线性编辑软件来对前期拍摄的视频进行剪辑整合从而带动剪辑效率的提高，这一软件可以在很大程度上提高视频的声音和画面的质量，从而来保障节目的播出质量。这种编辑软件在使用时，要将事先拍摄好的电视节目传输到软件中，之后再用这个软件对其进行筛选，将重要的筛选出来，在这一过程中，我们要按照该软件的提示进行操作，就可以完成一个完整的电视节目。与此同时可以使用 AE 视频剪辑软件，这样一来就可以完全取代传统的人工剪辑方法了，并且在处

理手段和方式上都更加专业，不仅减轻了工作人员的工作强度，还减少了工作时间，提高了工作效率，让剪辑工作高效完成。

1.3 在监管广播电视中的相关应用

计算机技术在对广播电视的监管方面也有很大的作用，不仅可以以真实时间记录下来已经设置好的量值，在超出限度范畴或者有失常情形呈现的情况，还可以对每个参数进行动态的检测，发射监控系统可以让自动化报警这一功能得以运用到实际中，通过计算得出累积所需要的时间。进行实际操作的工作人员可以在此之前先设置好开关机，让他一直处于自动播放的状态，然后由计算机来完成各项任务，只要成功的设置了，就可以终身有效，并且可以以星期为单位循环。一旦发射机出现问题，系统就会立即发出警报，随着情况的变化去执行停止运行或其他的决定，从而防止发射机造成损坏。

2. 广播电视工程中融入计算机方面相关技术的必要性

随着社会不断的科技化，人们经济水平的提高，在生活品质方面的需求也越来越多，广播电视在我们生活中有着关键地位，是传播信息的重要媒介之一，人们对广播电视的要求当然也是越来越高，不只是要求电视节目画面清晰度、颜色等，而是要求广播电视具有更强的信号，更好的视听体验。为了满足人们的需求，广播电视必须要不断创新，不断进步，才可以在竞争激烈的媒体界站稳脚跟。将计算机技术引进到广播电视当中去，为观众们带来新的视听体验，提供更高品质的服务，从而促进其发展，在这一情形下，计算机方面的相关科技技术被更加普遍地运用到广播电视中去，不仅可以提高节目的质量，还可以为节目的制作提供便利。

计算机技术加入到广播电视中去可以解决很多问题，例如信号在进行传输时，提升了信号在进行传送过程中的稳定性，防止信号丢失或者损坏，解决了广播电视工程中的技术性问题，很大程度上解决了画面清晰度、声音质量等问题，将传输的质量提升了一个高度，这对广播电视的发展来说，是很大的进步，这能够从本质上去解决广播电视工程在信号传输过程中的困难。

将计算机方面的相关科技技术与广播电视工程相结合也是在凸显为用户提供更好服务的理念。传统的广播电视信号差，声音和画面都一直存在很多的问题，人们得不到想要的视听体验，所以在科技得到很大程度提高的现代，人们对高品质视听方面的追求更加强烈，可以观看高品质的广播电视节目是很多人的心愿，在广播电视工程中融合计算机方面的专业技术，不仅可以利用计算机的普及性以及高效传播性来为用户提供更好的服务，让用户深切地体会到科技带给人们生活的改变，也为广播电视更好的发展打下基础。

广播电视想要在未来有很好的发展，把计算机技术融入其中是非常明智的选择，创新才会有进步，在技术层面的不断探索，不断创新，才可以让其发展的步伐更加稳健，提高广播电视的工作效率。人们开始逐渐追求广播电视的多样化，传统的形式是广播电视和网络是分开的，在科技发达的现在，通过两者的有效结合，实现了广播电视与网络的连接，更加方便了用户观看，同时为用户提供了新的体验。这不仅推动了广播电视的发展进程，还对计算机的发展有着一定的影响，让人们从广播电视方面了解到计算机，也是对后者技术的一种推广。

3. 结语

随着科技的进步，计算机技术也在逐渐成熟，加入到广播电视中也是顺应时代的发展、满足生活的需求，两者的融合在未来是势不可挡的。在实际的应用中，可以看出 PC 技术对于广播电视工程来说给予的帮助是极大的，效果是显而易见的，不仅改善了画质、声音，还为后期的剪辑制作提供了技术上的方便，让人们获得更高品质的视听体验外，也让工作人员更加高效地完成工作，这样也是在为人们更好收看高品质节目打基础，综上所述，计算机技术对于广播电视工程来说起到了很大的作用，希望在未来两者可以相互相融，共同为人们提供更好的服务。媒

参考文献

[1] 纳春 . 关于计算机技术在广播电视工程中的应用 [J]. 科技展望，2017/12.
[2] 林恋英 . 计算机技术在广播电视工程中的应用 [J]. 视听技术与应用 .
[3] 陆常明 . 计算机技术在广播电视工程中的应用探究 [J]. 新闻传播，2017.4.
[4] 李祥华 . 计算机技术在广播电视工程中的应用 [J]. 新媒体与信息科技，2016-4.

（作者单位：浙江省兰溪市广播电视台）

浅析多媒介背景下计算机技术在电视节目制作中的应用

摘　要：随着我国社会经济水平的提升，计算机技术有了更大的发展空间，在人们的生活中得到了有效的普及，成为各个行业发展的必需条件。而在电视节目的制作中导入了计算机技术，为电视节目的制作起到了一定的促进作用，提升了电视节目的质量水平，为电视节目在当前的竞争中增加了一定的优势，让其在当前的多媒介时代发展的背景下，更有效地提升自己的地位，也为广大的电视观众提供了更优良的节目。本文以此为出发点，对计算机在电视节目中的制作进行了分析，旨在为广大同行提供一定参考。

关键词：计算机技术；电视节目；应用

中图分类号：TP399　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-085-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.035

文 / 宋小剑

新时代下，信息技术得到了快速的发展，在各个行业中都发挥了一定的作用，在我国的经济发展中充当了不可替代的角色，在一定程度上降低了人力的付出。并且计算机技术的导入使电视媒介的标签更加丰富化，有效拓展了电视节目的空间，为广大的电视观众带来了更加特别的体验，例如在电视节目中利用计算机技术制作的各种特效等，提升了电视节目的质量。并且由于当前的多媒介发展，导致电视媒介的竞争压力增大，而导入计算机技术可以有效增强电视媒介的竞争力，使其通过技术的提升增加了收视率。因此，计算机技术在电视节目制作中的作用不容小觑。

1. 计算机技术在电视节目制作的困境

经济的发展促进了信息技术的提升，各种信息传递的媒介迅速地占领了媒体市场，为受众提供了更便捷、更多样的选择，让其可以在自由轻松的环境下欣赏各种节目或分享各种信息，有效提升了碎片化时间的利用。但这也对电视媒介产生了一定的冲击，让电视节目的生存空间被压缩，增加了电视节目制作的难度，其存在的困境主要有以下几个方面：

1.1 解决了电视节目在即时性上的困境

电视节目由于受电视媒介的限制，在即时性上远远不能与网络信息的传递速度相比较。互联网环境下的受众不仅仅是信息的接受者，还是信息的传递者。在这种成倍增加的比例下，网络信息的传递速度相当迅速，受众可以随时接收到即时发生的新闻事件或动态信息，而电视节目则通过记者的搜索并采访以及节目的后期制作等环节，才能通过电视进行播放，在这一点上降低了受众的选择倾向率，成为电视节目不能比拟的地方，也成为电视媒介难以突破的困境。而计算机网络技术的应用，则可以有效缩短记者的采访至节目的制作时间，记者在现场采访结束后通过笔记本电脑等现场进行节目的处理，并通过网络即时传回电视台，这样可以有效实现即时性的优点，让观众可以在事件发生的第一时间及时接收到相关信息，也提升了观众对节目的关注度。

1.2 解决了电视节目在内容枯燥性上的困境

电视节目内容的枯燥性主要体现在两个方面。一方面，电视节目主持人由于电视媒介的特殊性，使其在节目中必须保持一定的严肃性，通过专业的语言表达为观众播报节目，对于某些节目来说会让观众产生一定的枯燥感。一般来说电视节目的主持人在一定程度上代表着电视节目的质量，这使电视媒介的收视率会受到一定的影响。而网络节目的主持上较轻松，其多以综艺为主，带给观众的气氛也较欢快；而另一方面来自节目的自身枯燥性，例如新闻类节目，由于电视新闻必须具有一定的严肃性，这使观众在收看时也难免会具有一定的厌倦感。计算机技术的导入，让节目的背景或音乐有了更加动感的变化，更加贴近观众的生活，也在主持人的解说中加入了轻松有趣的镜头转换元素，有效地缓解了电视节目的枯燥气氛。

1.3 解决了电视节目在与观众互动上的困境

由于电视节目是依托电视媒介来进行传播的，其实质是单向性的传播方式。这与其他媒介有一定的差别，其他媒介是通过微博、微信公众号以及其他的 APP 软件进行信息的传递，其具有信息交流的双向性，受众可以通过这些软件进行信息的交流和互动，这迎合了受众新时代下具有发言权的背景。加上其他媒介是借助手机、平板以及电脑等来实现信息的交互的，容易赢得受众青睐。因此，电视节目在观众的互动性上与其他软件不能比拟，这为电视节目的发展起到了一定的阻碍作用。而计算机技术则可以让电视节目在微博、视频等平台上进行结合，让观众可以在舒适的环境下观看电视节目并且可以随时发表自己的意见，使电视节目更加贴近群众，增加了节目与观众之间的互动性，并促进了电视节目

的质量提升。

2. 计算机技术在电视节目制作过程中的具体应用

电视节目中导入计算机技术进行图像的制作，一方面提高了工作人员的工作效率，让其可以在最短的时间内完成高难度的绘画作品，减少了工作的时间；另一方面也提升了画面的精确度，通过计算机技术的使用，使画面更加具有真实感和美感，并且通过例如 Moke 一类的软件，有效地将绘画和摄影结合在一起，确保了影片制作的高效性，带给观众更加真实的视觉体验，这是手工无法达到的。

使用计算机技术可以对节目中的图像和音频进行更加准确的修改，并且可以实现节目中的自动跟踪，对节目进行中的相关错误及时给予修正，有效避免了错误的出现，这打破了传统的电视节目制作中“播出前需要多次核对，播放中无法面对”的尴尬局面。计算机自动化 3D 技术追踪工具技术的应用，是数字技术发展的有效标识，也有效解决了拍摄器材与 3D 数字技术之间的匹配问题。

计算机技术中的 2D 或者 3D 技术，也为电视节目的制作起到了有效的促进作用，如其可以让晚会等节目的现场效果更加酷炫并降低了投入的成本，让抽象的画面变得更加直观，大大刺激了观众的视觉，让其对节目产生难忘的印象。

计算机技术为电视节目的制作提供了更广阔的信息来源，让工作人员增加了大量的信息选择。工作人员可以通过计算机技术中的搜索引擎进行大网络中的搜索，选择公众较关心的话题和新闻事件进行节目制作，让观众具有新鲜感和贴近生活的感觉，进一步实现了信息的即时性，有效地引导了社会舆论向正确的方向进行，避免了潜在不良隐患。

3. 电视后期制作中导入计算机应用的策略

3.1 强化计算机技术与电视创作的整合操作

电视节目的制作目的是为了给观众带来情感上的体验，让观众在收看电视节目的同时能够与节目产生情感的共鸣，并有效引导社会舆论。而这些都离不开电视节目中声音和画面的制作，这才是节目的表现力的途径。在融入了计算机技术后，虽然提升了电视节目的质量，但是对于情感的传递等，还是需要进一步将计算机技术与电视节目进行有效整合，让计算机技术中融合了节目的情感，才是真正实现电视节目制作的意义。

3.2 提升计算机技术实力

我国近年来虽然经济得到了迅速的发展，但是计算机水平相对于其他国家来说还是处于一定的劣势状态。特别是从电视节目的制作上看，尽管计算机技术使其得到了较大的提升，仍需有更大突破。相当一部分的计算机技术仍然无法与电视节目的制作相结合，为观众带来更好的体验。因此，要积极提升计算机的技术实力，培养更多的专业人才投身于电视节目制作中，才能使计算机技术在电视节目的制作中发挥更大的作用。

3.3 进一步探索计算机技术的应用

电视节目的内容在一定程度上反映了我国的经济水平和国民综合素质。就我国目前的电视节目的内容和制作水平上来看，其中缺少了一定的人文关怀方面的内容，导致节目缺乏创新性，不能很好地正确引导舆论方向。因此，作为新时代下的电视工作者，要结合我国实际国情创新节目内容，并有效地融合计算机技术，借此形成具有特色的电视节目风格，提升节目质量，起到传播社会正能量的效果。

4 结语

综上所述，计算机技术为电视节目的制作起到了不可替代的作用，是电视节目质量提升的必要因素。其为电视节目在虚拟化和网络化模式的发展提供了有效的帮助，让其找到了发展的方向和方法。在节目的制作中导入计算机技术，是科技发展的有力体现，也是电视媒介突破眼前的多媒介竞争的途径，而作为新时代下的电视节目制作人，要对计算机技术的重要性有着足够的重视，在日常的工作中要不断地学习计算机技术，积极提升自己的工作能力，为广大观众制作出优良的电视节目，进而提升电视媒介的竞争力，为电视事业的发展贡献出自己的力量。媒

参考文献

[1] 杨明星 . 电视节目制作和播出中的计算机技术应用 [J] 中小企业管理与科技，3ols，（1）：lsl−lsl.

[2] 阮立辉 . 当议电视节目制作中如何发挥计算机技术的作用 [J] 科学导报，301−4，（z3）：150.

[3] 白玉，徐月明 . 计算机技术在电视节目制作和播出中的应用田西部广播电视 .3013，（1−4）：128−129.

[4] 贺颖华 . 非线性编辑系统在电视编辑中的应用 [J]. 安徽电子信息职业技术学院学报 .2011（03）.

[5] 张美云 . 浅谈非线性编辑系统在电视节目制作中的应用 [J]. 中国外资 .2011（08）.

[6] 刁王倩 . 浅议现代影视后期制作技术 [J]. 信息与电脑（理论版）.2009（12）.

（作者单位：临沂市兰陵县广播电视台）

电子书客户端的功能研究及应用展望

摘　要：本文首先将电子书客户端进行分类，选取 22 种市面上较为主流的 PC 端阅读软件和移动终端阅读软件进行比较分析，对阅读软件常用的 19 种功能进行对比并归纳总结，从分类及功能特点两个方面来总结电子书客户端的应用展望：充分运用社会化媒体工具，提升交互性；保护版权，建立统一的电子书技术标准；适当增加拓展功能、创新功能；重视个性化功能建设，提升用户体验；利用新技术促进电子书客户端发展。

关键词：电子书；客户端；功能；展望

中图分类号：G237.6　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-087-04　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.036

文 / 金太鑫

近年来，随着科学技术的迅猛发展，传统媒体逐渐向新媒体转变。电子书产业的不断发展使得传统纸质阅读逐渐转变为电子终端阅读，出现了丰富多样的电子书阅读软件。电子书客户端可以分为 PC 端和手机端，有着操作便捷、功能多样、实时性强、互动分享性强、阅读体验良好等特点，是移动数字出版的重要实现形式。

1. 电子书客户端的功能研究

本文筛选了 22 种目前市面上较为主流的电子书客户端，对其常用的 19 种功能进行测试研究，样本包括 15 款 PC 端端阅读软件和 7 款手机端阅读软件。随着智能手机的发展，先进的安卓和 ios 成为当下手机操作系统的主流 [1]。因此在手机终端的样本选择方面，以手机市场上使用最广泛的安卓端和 ios 端作为选择范围，选取下载量名列前茅的 8 款软件。这些样本都十分具有代表性，能够反映出目前电子书客户端的一般特点。

1. 1 电子书客户端功能类型

根据电子书客户端的主要功能，可以将电子书客户端分为以下七类：内容聚合类、辅助阅读类、图书管理类、社交类、综合类和学术专业类。

内容聚合类的电子书客户端能够将海量图书资源整合在一起，例如 Kindle PC 端。kindle 客户端拥有超过 360000 本电子书，用户可免费下载阅读，也可购买精品图书。辅助阅读类电子书客户端比较典型的有福昕阅读、Adobe reader 等，这类电子书客户端的功能以辅助、修改电子书为主。图书管理类电子书客户端有很强的图书管理功能，能够对图书进行整合分类。社交类电子书客户端，例如 ZAKER 安卓客户端，以互动分享功能为主，通过微博平台、微信平台、邮件等方式将电子书内容分享出去。综合类电子书客户端具备电子书软件的基本功能，有的也有图书管理、内容聚合、社交等功能，但没有特别突出的一项功能，以综合功能为主。学术专业类电子书客户端例如知网 CAJViewer 依托强大的学术数据库，一般有专用全文格式的阅读器，为数据库文献提供了版权保护功能。

1. 2 电子书客户端功能特点比较分析

对 15 款 PC 端阅读软件和 7 款手机端阅读软件的功能特点进行比较分析，结果见表 1，总结功能在电子书客户端样本中所占的百分比，结果见表 2。

对上述 22 款电子书阅读软件进行分析比较，通过观察表 1、表 2 我们可以发现，当前市面上电子书客户端的特点，将这些功能划分为基本功能和拓展功能，并对电子书客户端的功能特点进行归纳总结，从而发现问题。

1.2.1 电子书格式

电子书格式标准处于封闭格式与开放格式标准共存的局面 [2]。目前多数电子书客户端支持 PDF、EPUB、TXT、HTML、PPT、DOC 等开放式电子书格式，可以看到 PDF 和 EPUB 两种格式成为主流，且 PDF 格式支持文档中的多媒体及交互，但遗憾的是测试的阅读软件中只有 Adobe Reader 完整支持这种多媒体及交互式的 PDF 文档；还有些电子书客户端具有封闭式的专有格式，例如超星的 PDG 格式、方正阿帕比的 CEB 格式、知网的 CAJ 格式等。电子书格式繁多，各个平台无法互相兼容，开发商重复开发导致资源浪费，这些问题严重制约着电子书客户端的发展。

1.2.2 版权保护

目前 87% 的电子书客户端具备版权保护功能，很多电子书商通过开发专有电子书格式保护版权，但格式纷繁复杂、平台兼容性差，甚至即使是对于同一家公司的电子图书也可能存在“格式壁垒”[3]，这就导致政府无法统一管理版权，形成了电子书客户端“各自为政”的局面。

表 1　电子书客户端功能比较与汇总

序号	阅读软件名称	公司名称	支持文档格式	书签	批注 / 注释	页面旋转	页面显示选项	书架	朗读	页面放大缩小	更换字体	搜索查找	注册登录	支持插件	图书在线购买	内置词典	自动滚屏	OCR识别	版权保护
1	书生阅读器	北京书生公司	SEP/GW/GD/IFR/S2/S72/S92/PDF/JPJ/TIF/GIF/BMP	×	√	√	√	√	×	√	×	√	×	√	×	×	√	√	√
2	超星阅读器	超星公司	PDG/PDZ/PDF/HTM/HTML/TXT	√	√	×	×	√	×	√	×	√		×	√	×	×	×	√
3	方正阿帕比	方正公司	CEBX/CEB/PDF/HTM/HRML/TXT	√	√	√	√	×	√	√	×	√	×	×	√	×	×	×	√
4	知网阅读器	同方知网	TEB/CAJ/NH/KDH/FDF	√	√	×	√	×	×	√	×	√	×	×	√	×	×	×	√
5	福昕阅读器	福昕软件	PDF/FDF	√	×	×	×	√	×	√	√	√	×	√	×	×	×	×	√
6	iRead	iReade	IB3/EPUB/PDF/TXT	√	√	×	×	√	×	√	√	√	×	×	×	√	√	×	×
7	Adobe Reader	Adobe	IB3/EPUB/PDF/TXT	√	√		√	×		√	×	√	×	×	×	×	×	×	√
8	Adobe Digital Edition	Adobe	PDF/EPUB	√	√	×	√	√	×	√	×	√	×	×	×	×	×	×	√
9	calibre	KOVIDGOYAL	LRF/RAR/ZIP/RTF/LIT/TXT/TEXT/HTM/HEML	√	×	×	×	√	×	√	√	√	×	×	×	×	×	×	√
10	Kindle PC 端	amazon	封闭系统 / 自有格式	√		×	×	√	×	√	√	√	√	×	√	√	×	×	√
11	多看阅读 PC 端	多看	封闭系统 / 自有格式	√	×	×	×	×	×	×	×	×	√	×	√	×	×	×	√
12	京东阅读	京东商城	PDF/EPUB/TXT	√		×	√	√	×	√		×	√	×	√	×	×	×	√
13	百度阅读 PC 端	百度公司	PDF/EPUB/TXT/DOC/DOCX/PPT/PPTX	√	×	×	√	√	×	√	×	√	√	×	√	×	×	×	√
14	豆瓣阅读	豆瓣	封闭系统 / 自有格式	√	√	×	×	√	×	√	×	√	√	×	√	×	×	×	√
15	iBooks	苹果公司	EPUB/PDF	√	√	√	×	√	×	×	√	√	√	√	×	×	√	×	√
16	iReader	掌阅科技公司	TXT/UMD/HTML/HTM/PDB/EBK2/EPUB	√	×	√	×	√	×	√	√	√	√	√	√	×	√	×	×

续上表

序号	阅读软件名称	公司名称	支持文档格式	书签	批注 / 注释	页面旋转	页面显示选项	书架	朗读	页面放大缩小	更换字体	搜索查找	注册登录	支持插件	图书在线购买	内置词典	自动滚屏	OCR识别	版权保护
17	Kindle 安卓端	Amazon	封闭系统 / 自有格式	√		×	×	√	×	√	√	√	√	×	√	×	×	×	√
18	多看 kindle 端	多看	封闭系统 / 自有格式	√	√	√	×	√	×	√	√	√	√	×	√	×	×	×	√
19	多看阅读安卓端	多看	封闭系统 / 自有格式	√	√	×	×	√	×	√	√	√	√	×	×	×	×	×	√
20	京东阅读安卓端	京东商城	封闭系统 / 自有格式	√	×	√	×	√	×	√	×	×	√	×	√	×	×	×	√
21	豆瓣阅读安卓端	豆瓣	封闭系统 / 自有格式	√	×	×	×	√	×	×	×	×	√	×	√	×	×	×	√
22	ZAKER	zaker	封闭系统 / 自有格式	×	×	×	×	×	×	√	×	×	×	×	×	×	×	×	×

表 2　功能在电子书客户端样本中所占百分比

功能在电子书软件样本中所占百分比	书签	批注 / 注释	页面旋转	页面显示选项	书架	朗读	页面缩放	更换字体	搜索查找	注册登录	支持插件	图书在线购买	内置词典	自动滚屏	OCR 识别	阅读时间提醒	更换阅读背景	版权保护
单位（%）	87	61	35	35	70	13	87	43	78	61	17	57	65	9	4	4	30	87

1.2.3 基本功能

目前大部分电子书客户端具备书签、页面缩放、搜索查找、版权保护功能（超过样本总数的 75%），这些基本功能是电子书客户端所必须具备的。超过半数的电子书客户端具有图书管理、批注 / 注释功能。注册登录功能是读者在不同设备上断点续读、共享信息的前提。测试中仅有 61% 的电子书客户端具有注册登录功能，说明部分电子书开发商还未重视注册登录这一功能。

1.2.4 扩展功能

约有 65% 的电子书客户端具有内置词典功能，约有三分之一的电子书客户端具有页面旋转、页面显示选项、更换字体功能，而具有朗读、自动滚屏、OCR 识别、阅读时间提醒功能的电子书客户端寥寥无几。听书是用听的方式来“读书”，即用耳朵“看书”，听书相比普通阅读方式有节省时间、缓解视觉疲劳、提高阅读效果等优势 [4]。目前大部分电子书客户端都不支持 TTS 文本朗读功能和音视频的播放、修改功能，在多媒体及交互功能方面存在不足，并且仅有一款有 OCR 识别功能，在先进技术的利用方面存在缺陷。

2. 电子客户端的应用展望

对电子书客户端的功能类型进行梳理、功能特点进行比较分析，我们能够对电子书客户端未来的发展提出建议，对电子书客户端应用进行展望。

2. 1 充分运用社会化媒体工具，提升交互性

尼尔森认为“社会化媒体具有参与、公开、交流、对话、社区化、连通性，我们的互联网如果不能提供社会化服务、没有互动参与，迟早会被列入被用户和时代淘汰的黑名单 [5]。

可见“社会联网”对于电子书客户端的发展至关重要，电子书客户端若是能够充分利用社会化媒体工具的参与、交流、连通功能，激发用户主动参与分享信息、反馈意见，能够极大地促进电子书客户端的发展，提高用户粘性。ZAKER 客户端的“一键分享”功能转发到微信、微博等公众平台，还可以转发到邮箱。美国的橙郡移动图书馆以信息和社会关系需求为导向，充分利用了当前的社会化媒体工具，除 10 大板块外还设置了一个 Social 版块，其中重点提供了 Blog、Facebook、Goodreads、Instagram 、 Pinterest、 Podcasts、RSS、 Twitter、YouTube 等 9 项社会化媒体应用 [6]。

2.2 建立统一电子书技术标准

目前在国际上，电子书格式标准处于封闭格式与开放格式标准共存的局面。前者以亚马逊 Kindle 阅读器的专有格式为主导，后者以 EPUB 格式为代表[7]。我国的电子书客户端大多数具有版权保护功能，但电子书格式不统一且多由技术厂商提供，再加之缺少联盟组织，难以体现出版商的诉求。只有统一电子书格式标准，才能合理利用资源，促进电子书客户端的持续发展。在我国要建立统一的电子书技术标准需要政府组织出版商与技术商，借鉴 EPUB 的开放式标准共同制定一套合理的技术标准。

2.3 增加拓展功能、创新功能

电子书客户端在基本功能的基础上可适当增加页面旋转、页面显示选项、朗读、内置词典、自动滚屏、阅读时间提醒等拓展功能。应当注重多媒体资源建设，将文本、音视频、动画等嵌入读者阅读的各个环节。电子书客户端可以充分利用自媒体，让每个用户成为信息的发布者和参与者，用户可以将文字、图片、音频、视频等资源上传，供大家分享浏览。

除基本功能和拓展功能，电子书客户端还可以增加创新性的功能，例如扫描二维码出现小动画、摇一摇显示推荐、赠书功能、签到送积分等等，这些创新功能增加了电子书客户端的趣味性，把动画、推荐融入读者的阅读情境中，使阅读不再枯燥无味。京东电子书客户端 LeBook 在 2012 年开通了赠书功能，用户购买电子书后可自己编写赠送寄语，通过个人账号、邮箱、短信像亲友赠送电子书，赠书功能不但能够加强用户粘性，还为自身客户端进行了宣传，可谓一举两得。

2.4 注重个性化功能建设，提升用户体验

依靠大数据技术能够将海量用户资料进行高效分析，从而找到事物的相关关系，捕捉事物的现在和预测未来[8]。电子书客户端利用大数据和云计算技术，对用户数据进行采集、挖掘，对用户行为和偏好进行分析，在此基础上可以优化电子书客户端的个性化功能，实现个性推送、按需出版，建立用户成长体系，提升用户的阅读体验。此外还应注重其他个性化功能的设置，例如个性化设置书架、根据自身阅读习惯调整阅读模式等等，用户可根据自己的需求更换阅读背景、调节字体及亮度、设置图书翻页形式、进行场景更换。多看阅读客户端支持男女不同选择，可自选书架风格也可以根据自己的阅读习惯选择要显示的书籍，设置阅历板块，对用户阅读时长、读完书目、读过书目、笔记数量进行展示，增强了读者的参与感，提高了读者的阅读体验。

2.5 利用新技术促进电子书客户端发展

大多数电子书客户端都具有版权保护功能，但极少数电子书客户端运用了 OCR 识别技术，说明电子书客户端在运用新技术方面存在不足。除了本文研究的这两种技术，电子书显示技术、云计算技术、触觉反馈技术、虚拟化技术、同步发声技术都可运用到电子书客户端的功能开发中，电子书客户端应当利用这些新技术进行功能创新，为读者提供更加全面的功能服务和良好的体验效果。“电纸书”运用先进的电子墨水显示技术，在阅读效果上极大地向纸质书靠拢，完美匹配人们的阅读习惯，大多数电纸书还具有笔记、书签、翻译、TST 语音合成功能，有些电纸书支持安装第三方软件，扩充了电纸书的应用功能。电子书客户端在研发的过程中需要不断融入新的技术，迎合时代的进步，促进电子书行业的长远发展。

3. 总结

通过对移动终端主流电子书阅读软件功能的比较分析，从中我们可以看到，虽然电子书客户端发展时间不长，但发展势头十分迅猛。很多移动终端的电子书客户端已经具备了计算机客户端此类软件的大部分功能，甚至延伸出一些以往传统电子书阅读软件所不具有的功能，移动终端电子书客户端的定位功能就是一个很好的尝试。随着移动终端技术及移动互联网的不断发展，利用手机在线阅读、购买电子书可能成为未来电子书发展的一种不可逆转的趋势。当前电子书客户端要充分利用这种优势，运用新新技术不断优化拓展自身的功能，为读者提供特色的个性化服务，推动电子书产业的发展进步。媒

参考文献

[1] 王征. 比较 IOS 探讨安卓系统的优势 [J]. 才智，2013(20)：243.

[2] 郑滢瑜，丛挺，缪婕. 电子书格式标准研究 [J]. 出版科学，2010（04）：90-93.

[3] 贺子岳. 从多元化阅读看网络出版的发展方向 [J]. 出版科学，2006（2）：55-57.

[4] 申艺苑，袁曦临. 图书馆用户朗读听书分享平台之构建研究 [J]. 图书馆杂志，2015（04）：52-56.

[5] 于婷婷. 基于社会化媒体口碑的营销传播策略创新 [J]. 新闻大学，2013（03）：115-120.

[6]OCLS Social[EB/OL].[2015-03-10].htp：//www.ocls.info/social/ default.asp.

[7] 郑滢瑜，丛挺，缪婕. 电子书格式标准研究 [J]. 出版科学，2010（04）：90-93.

[8] 秦荣生. 大数据、云计算技术对审计的影响研究 [J]. 审计研究，2014（06）：23-28.

（作者简介：上海理工大学研究生）

安徽广播电视台新中心播控系统架构及应用

摘　要：本文主要介绍了安徽广播电视台播控系统的基本架构，包括该系统设计思路、整体架构、策略等，重点阐述了该播控系统的建设特点，介绍了该播出软件及频道播出架构、高标清同播策略。

关键词：播控系统；频道播出模式；高标清同播策略

中图分类号：TN 931.2　　　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-091-02　　　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.037

文 / 刘　利

近几年，全国各个省级卫视陆续改建高标清同步系统，也迎来了中国高清电视发展的新时代。高标清同播模式是国家广电总局 2009 年依照现阶段发展实际提出的重大举措，是实现标清电视向高清电视过渡的新思路。安徽广播电视台新中心建成的电视播控系统顺应了这一举措。该系统包含 16 个高标清兼容播出频道（目前为 14 个标清播出频道和 2 个高清播出频道），该系统于 2012 年 10 月启动系统搭测建设，2013 年 7 月完成安装调试投入试运行，2013 年 10 月正式上线播出至今，经过多次的策略调试运行，系统逐步完善稳定，大力保障了安徽卫视各个频道的节目安全优质播出。

1. 播出控制系统概述

系统主要设备均采用在线热主备，硬件主要包括：域控服务器、接口服务器、数据库服务器、MDS 服务器、同步迁移服务器、自动技审、上载和主备播视频服务器、主备播出工作站、上载、编单、审看工作站等，以太网核心交换机及相关后台服务软件。

业务环节主要包括素材上载、备播、审核、节目单编辑、素材传输、素材自动技审、人工复审、素材播出、延时播出等功能。

2. 播控系统设计

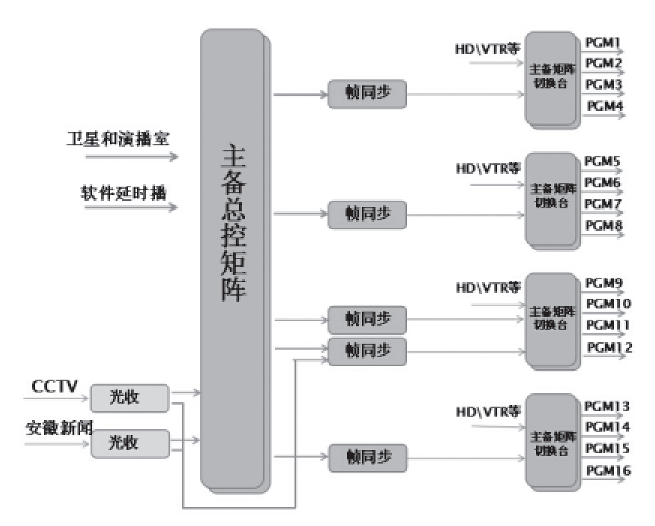
2.1 硬件系统

播控系统通道设计 16 个频道播出工作站，其中 14 个标清播出工作站和 2 个高清播出工作站，4 个播出审看工作站，4 个高标清软件延时播工作站；人工技审工作站 2 台、域控服务器 2 台、数据库服务器 2 台、MDS 服务器 2 台、同步迁移服务器 8 台、迁移服务器 6 台、接口服务器 2 台、以太网核心交换机 5 台等。

视频服务器 10 套，设备采用 OMNEON Media Director 进行素材上载、审看和播出。视频服务器编解码高标清兼容，视频码流采用 MPEG2 编码压缩，码率标清 12Mbps，高清 50Mbps。存储采用 RAID3 技术，存储容量：每个播出盘阵 7.2TB，上载盘阵 3.6TB，二级存储主备均为 43TB。

2.2 频道硬件架构

新建 12 频道高标清兼容播出系统采用频道分组模式，每频道组 4 个播出频道，共 3 个频道组，每个频道组配置主备播出矩阵。总控矩阵向各频道组灵活调度播出信号，形成总控、分控的分布式系统架构。



频道播出架构采用主备切换台方式

频道播出系统采用 1+1 方式，控制系统、倒换、频道播出均冗余配置，如果主机有问题，备机能够实时接管所有设备的控制。

播出控制在主备控制机制上采用混合主备方式模式。使用 422 倒换器倒换进行交叉控制，即“主控制、备控备”。混合主备方式使用了 2 个 422 倒换器，其中，422 倒换器 1 承担主播出视频服务器以及主播出切换设备的控制倒换；422 倒换器 2 承担备播出服务器的通道控制倒换，由备控机主控、主控机备份，这样，即使主播出控制机在发出 Play 命令的瞬

间崩溃，那么也仅仅导致主视频服务器静帧，而备视频服务器是由备播控工作站控制的，并不受主播控工作站的影响。此时，只要手动将最终播出信号切换到备视频服务器信号通道上，就可以迅速恢复正常播出，这一设计使得播出值班员操作方便快捷，易于熟练掌握，为应急操作节省了时间。

2. 3 高标清同播

标清频道播出使用高清频道净信号，下变换方式采用挤压模式。下变换，是指电视画面从高清变为标清的方式，即通过对原高清电视信号的抽取率波变换来获取低分辨率的标清电视信号的变换操作。下变换有三种模式：信箱、切边、挤压。信箱模式是在视频的上下两侧添加黑边达到 4 ： 3 的画面比例，可保留原有画面的内容和比例；切边模式是通过切除高清电视信号的两侧得到 4 ： 3 的画面比例，这样会损伤一部分的画面内容，但是得到的信号比较清晰；挤压模式是对高清信号进行横向挤压，如此会造成画面变形，但是现今 CRT 电视被平板电视取代，为了满足 16 ： 9 的标清电视机用户的满屏收视效果，所以我们选择了下变换挤压模式播出。

2. 4 软件系统

播控软件系统主要包括以下模块：数据库服务模块、播出管理模块、策略服务模块、素材管理模块、播出控制模块、上载编单审看模块、软件延时播模块系统、自动技审、软件校时模块、总控调度软件等。

其中，数据库：安装 Microsoft SQLServer 数据库平台，使用 EMC AutoStart 软件控制和管理双机热备。策略服务是根据串联单计划生成素材传输任务，负责执行具体的点到点传输任务。同步服务器负责领取和分发素材传输任务（任务包括素材同步、拷贝、删除等）。自动技审：包括自动技审和人工复检软件。自动技审通过软件自动分析被检素材的每一帧视频和音频信号，并将解析出的数据与相关标准进行对比，从而确定被检素材中是否含有黑场、彩条、静音等技术问题，并在认为有问题的地方打标记点，供人工复检使用。人工复检软件可以对节目单中标记为“自动技审不通过”条目进行人工复检，在时码上定位到出问题的点，并在回显画面中显示当前时码的图像，人工确认该问题是否为错误点，并将该素材标记为“人工复检通过”或者“人工复检不通过”。素材管理包括素材归档和删除等。

播控软件系统具有齐全的设备控制插件，支持多种切换台、视频服务器、矩阵的控制、上下键等控制。上载软件精准录制，具备信号采集时信号质量检测。

延时播出系统最少可以支持 30 秒以上的延时，支持延时播出、延时删除、延时插入、延时覆盖等操作等。

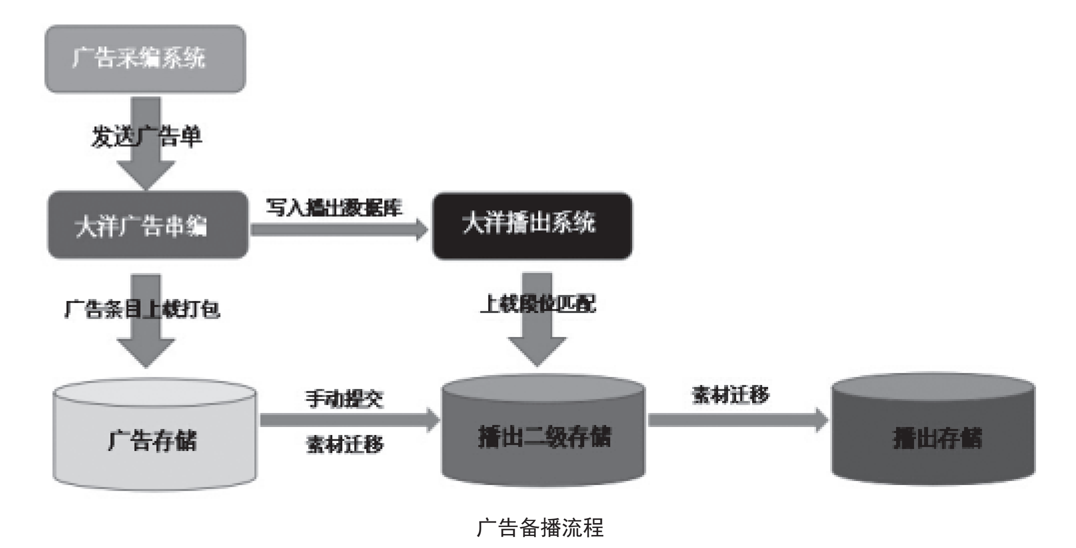
2. 5 备播

2.5.1 素材迁移 MD5 校验

在素材的迁移过程中，也难免会出现一些素材文件的损坏和更改，利用 MD5 校验技术，可以将视音频文件素材在各个视频服务器中迁移的准确率提高到 99.9999%，可以做到素材迁移的“万无一失”。

2.5.2 广告备播

广告备播流程如下：



广告备播流程

2.5.3 节目单多形式导入

播出节目单不但可以新建和编辑，还可以通过文件导入的方式接收外系统的节目单，如广告、总编室编排系统等，支持多种文件格式，大大提高节目单编辑的效率，降低人力成本。

安徽广播电视台播出控制系统自 2013 年 10 月上线运行以来，该系统涉及的节目上载、节目自动技审、节目人工复审、节目迁移拷贝、节目单编辑、节目播出、节目及广告素材备播以及后台存储、数据库模块运行情况正常稳定，圆满高质量地完成了安徽广播电视台包括安徽卫视高清、标清及相关地面频道节目的各项播出任务。高标清系统已经实现 100% 完全同播，虽然目前高清频道的节目因为原节目素材并不是 100% 的高清素材，导致变换后的标清信号质量不一致，但整个系统的安全性、实用性、稳定性和可靠性已经满足相关设计要求，并已通过了原国家广播电影电视总局广播电视信息安全测评中心和规划院的相关功能、性能、安全等检测，为安徽广播电视台各频道的安全播出提供了良好的技术支撑。

（作者单位：安徽广播电视台）

新媒体技术下屏幕媒体的图片编辑创新机制构想

摘　要：随着新媒体技术的运用，环境的优化为媒介运营与发展提供了优厚的条件，从而让屏幕媒体快速进入受众生活与工作，并与之息息相关。受到新媒体技术的“加持”，屏幕媒体对信息内容生产与加工效果以及图文、视听组合与互动有着得天独厚的条件，但也对图文（片）编辑工作造成了极大难度。本文从此角度，对新媒体技术环境下屏幕媒体的图片编辑创新机制进行了可行度极强的分析与研究，并基于当前研发的图片优化处理方法与系统提出了具体的传媒技术构想。

关键词：新媒体技术；屏幕媒体；图片编辑；创新机制；构想
中图分类号：G315　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-093-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.038

文／程　艳

引言

媒介竞争的加剧引发了新媒体技术与环境的提前到来，受到全媒体时代的影响，媒介发展与信息加工生产方式与传统时代有着本质的区别。以屏幕媒体为例，智能化终端为受众提供了更多便利操作，也促进了屏幕媒体的诞生，屏幕媒体以其优质的视觉体验效果以及精确的受众类型定位快速融入媒介市场，以高准度的图文（片）编辑创意工作作为核心竞争力，进一步加剧媒介行业矛盾。由于屏幕媒体的特性，图片编辑工作是决定其成败与否的关键所在，而传统编辑工作流程繁杂、视觉效果低下、管理模式陈旧以及品牌价值流失，不符合屏幕媒体的发展需要，因此基于新媒体技术层面的新型图片优化处理系统与方法构想无疑成为改善屏幕媒体进军行业市场的有力武器，并将成为当今全媒体时代媒介图片编辑创新机制的典型代表。

1. 屏幕媒体与图片编辑概述

1.1 屏幕媒体

屏幕媒体泛指智能时代以屏幕为中介或终端的各种媒体。屏幕媒体的出现依托新媒体技术与环境的开发与应用，结合智能技术的普及而快速进入受众视野，从而掀起了一场受众生活、工作与娱乐呈现方式的“革命”。屏幕媒体的主要特征有操作智能化、内容精细化与形式多元化。操作智能化依赖于智能技术的应用，如电子触屏设备等；内容精细化主要因为受到屏幕大小制约，第一信息产品的排版与编辑成为屏幕媒体吸引受众的关键所在，精细且富有创意的信息产品或编辑方式往往更容易获得受众的青睐与点击，这关系到屏幕媒体的运营与生存；形式多元化主要是指屏幕媒体最为关注的是信息内容表达与形式元素之间的互动关系，这也是屏幕媒体自身构建核心竞争力的关键所在。

1.2 图片编辑

图片编辑主要工作在于拍摄、设计与制作以及排版与编辑，根据信息需要适时调整图片元素的大小、饱和度、焦点以及色温与景深等方面，使之符合媒介发布信息的需求。图片编辑工作涵盖了图片的采集与拍摄、设计与制作以及后期排版各个方面，因此是一项系统性编辑工程，需要各环节工作的高效配合，以达到最佳视觉与受众阅读效果。目前我国媒体图片编辑工作受到技术的限制，在新闻源现场控制图片拍摄色温平衡的技术远不如西方发达国家成熟，而在后期的图片视觉构成效果中也缺乏视觉冲击力与平面构成创意，从而在媒介信息加工环节，图片编辑由于缺乏技术支持而成为了一个严重的薄弱项目。

1.3 两者之间的关系

屏幕媒体作为智能终端的新型媒介，对图片编辑工作的依赖性极高，设计与优化排版工作成为吸引受众的根本保障，同时这也是屏幕媒体自身运营成败的关键所在。由于图片编辑工作包含了前期的新闻源现场采集环节、中期的创新与设计环节以及后期的符合最佳视觉效果的排版环节，因此成为了屏幕媒体自身的核心竞争力，提升编辑效率，创新编辑工作机制成为保持行业领先的唯一方式，也是当前我国媒介行业普遍存在的问题，只有优化与改善图片编辑工作体系与机制，才能保证媒介的平稳发展。

2. 关于新媒体视角下屏幕媒体图片编辑技术的创新机制构想

基于新媒体技术的优良前景与传统图片编辑系统的缺失，笔者根据传媒科技研发基础与智能技术与设备现状，对新媒体时代下的新型图片编辑优化系统与方法进行了具体的构想：

第一，员工随身携带设有占用按钮、只读指示灯与可写指示灯的 OPM 定位卡进行任意区域的图片浏览，后台可随时监控员工位置。

第二，当任意员工进行图片操作时，按下 OPM 定位卡上的占用按钮进行个人操作，其他员工携带的 OPM 定位卡上只读指示灯亮起，表明该图片正在处理中，待该员工操作结束其他员工只读指示灯灭，可写指示灯亮起，同时总储存装置默认保存并进行刷新。

第三，员工操作结束后就近选择登记台，利用磁感车上的 RFID 读卡器扫描自身 OPM 定位卡上的 RFID 启动磁感车并使之自动滑动到登记总站。

第四，登记总站的工作人员读取滑动到该处的磁感车 RFID 读卡器数据，并进行人工备案。

第五，上述 OPM 定位卡、磁感车等均配有电量显示器与低电量警示系统，并采用无充电技术为上述设备保驾护航。

2.1 突出个性化管理模式

个性化管理是该项构想的基础，也是员工创新思维形成的前提条件。由于采用了 OPM 定位卡，因此屏幕媒体可对员工的位置信息进行后台监控，这样有利于屏幕媒体员工管理，也实现了个性化办公目标，便于员工进行自我工作调节。该构想充分保障了员工自主能动性，可以在携带 OPM 定位卡的前提下可以选择任意办公区域工作，如咖啡厅、休闲区域，符合个性员工管理模式，对于员工自我创意思维的开发与培养有着极大的促进作用。OPM 定位卡的占用按钮保障了员工“一对一”进行图片设计与创新，有利于员工进行自我编辑思想的表达，避免了传统编辑模式下频繁喧哗的工作环境对员工编辑思维造成的困难，有利于集思广益，将每位员工的创意想法予以总结以达到最佳编辑的目的。个性化管理模式是未来屏幕媒体开发员工创新能力，提高屏幕媒体核心实力与竞争力的主要方向，员工通过自我工作节奏与工作环境的调节而实现效率最大、创新力最强的工作体验，充分保障员工工作自由，从而达到事半功倍的效果。

2.2 简化工作流程

简化工作流程，提升办公效率是实现屏幕媒体高效运行的重要途径。首先，根据构想来看，员工利用随身携带的 OPM 定位卡进行办公后可在任意办公区域以及办公时间进行图片处理，并在操作完成后就近进行登记卡扫描，不需要频繁进行工作交接与成果汇报，节省了大量时间，提高了个人与屏幕媒体的办公效率。其次，磁感车在这里充当了“跑腿”的角色，利用 RFID 读卡器实现对数据的传载而省略了传统纸质打印或是电子邮件的编辑与发送，避免了在工作流程中由于各种原因造成的工作失误或是数据错误，从第一手操作开始保障了员工对图片编辑的“原始状态”，因此极大程度地提升了编辑信息的保真性。最后，由于员工的 OPM 定位卡有员工基础数据，因此在磁感车滑动到登记总台后管理人员可以利用设备快速定位操作员工的信息，节省了传统图片编辑工作中的频繁登记与备注，减小工作量的同时利用智能设备准确而完整地记录员工操作信息，实现了流程最少、效率最高的新型办公体系。

2.3 注重多元化视觉效果的呈现

多元化视觉效果的呈现是保障受众关注度的直接因素。传统的图片编辑优化系统或方法大都以会议的形式进行商定，尽管集思广益，但创意元素往往来源于一个人，这与新构想的图片编辑优化系统与方法存在极大出入。新构想注重每一位员工的 OPM 定位卡操作并进行及时刷新保存，不同的员工由于创新思维与关注点不同，往往对图片编辑的侧重点也有所偏差，因此新构想并没有采用“一锤定音”式的视觉效果，而是将每一位员工的视觉创意予以保留，达到真正的集思广益，实现多元化视觉效果呈现的本质目标。值得一提的是，新构想以微观的角度弥补了以往图片编辑中视觉效果呈现的不足，多元的视觉化效果并不是来源于某位员工的主观创新思维，而是将每一位员工的视觉效果创新点进行展现，完整保留了所有利用 OPM 卡进行操作员工的视觉设计方案，既科学全面地精化视觉效果设计，又尊重了员工劳动成果，拉近了屏幕媒体与员工的心理距离。

2.4 优化媒介品牌

技术是创新的源动力，也是屏幕媒体品牌构建的根本所在。该构想利用移动互联网技术、无线充电智能技术、传感系统、移动设备、物联网等技术实现了真正的开放式办公目标，通过极大程度地开发员工潜在创新能力与高效办公成果，为图片编辑提供技术支持与品牌战略意识，促进屏幕媒体在当代行业竞争加剧的前提下快速整合与优化自身竞争力，以品牌作为入驻市场的有力武器。新构想对于改善传统办公环境、提升员工办公效率以及缩减屏幕媒体办公成本有着极大的贡献，而该构想的本质目标是提供新型图片优化处理系统与方法，提升受众的关注度，增加屏幕媒体的品牌知名度与价值效应，实现高效率化的屏幕媒体运营，这也是屏幕媒体“以技术促发展”的科学规划与核心品牌养成计划中不可或缺的关键部分，尤其是员工创新思维的集思广益最大程度地提升了图片编辑的质量，对于屏幕媒体实现质的飞跃有着举足轻重的影响与作用。

3. 结论

新型图片优化系统与方法是宏观视野下的一套技术性整体编辑系统方案，其更多是在开放式办公环境前提下，对文化创意出版行业里的图片协同处理的一种优化方案，依靠的是传感系统、移动设备、物联网技术等复合型技术。其核心在于将物流网、移动互联网以及智能设备等新兴技术应用于新闻传媒领域、文化创意领域，在未来具备一定的商业潜力。媒

参考文献

[1] 白文忠 . 浅谈数字时代图片编辑的机遇与挑战：“决策论坛——屏幕媒体管理模式创新学术研讨会”论文集（下）[J]. 中国会议，2017（04）：08.

[2] 叶彬松 . 图片从哪里来——浅谈媒体编辑如何拓宽图片稿源 [J]. 新闻研究导刊，2017（08）：25.

[3] 周菁 . 屏幕媒体图片编辑内容与形式的互动策略研究——基于《新快报》“轻报纸”娱乐头版的 SPSS 分析 [J]. 新闻知识，2015（03）：15.

[4] 徐键 . 小型超级计算机在未来非线性编辑系统架构中的运用构想 [J]. 科技信息，2013（02）：05.

[5] 朱婕，王希华 . 全媒体时代“云”编辑助广电编辑系统转型 [J]. 今传媒，2014（08）：05.

[6] 闫倩 . 浅阅读时代期刊图片编辑的创新 [J]. 青年记者，2013（06）：20.

（作者单位：上海理工大学出版印刷与艺术设计学院）

县级电视台硬盘播出系统的特点及技术维护

摘　要：我们知道现，在广泛应用的硬盘播出系统使我们的电视台节目播出这项工作开始朝着数字化和自动化的方向前进。我们这样做的好处是可以大大减少系统维修的资金，同时也可以降低工作人员自身的劳动强度，从而达到资源共享的目标。所以本文系统地分析介绍县级电视台硬盘播出系统具有的特点，以及我们维护硬盘播出系统应该采取的措施。硬盘播出系统基础教程这两方面进行简单的论述，并且为我们的电视台硬盘播出系统的工作提供建议。

关键词：县级电视台；硬盘播出系统；技术维护；特点
中图分类号：G220.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-095-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.039

文 / 刘艳敏

今天，网络信息技术发展得越来越快，它可以为电视节目的质量提供更高的保障，同时还出现了一种比较新颖的播出途径——硬盘播出系统。我们在播出电视节目的时候如果使用硬盘系统，可以大大减少所用的资源，并且可以获得比较高的效率，具有非常高的安全性和可靠性。

1. 县级电视台硬盘播出系统的现状

我们知道当前在一个县，会有比较多的电视台节目正在大量播出，每日的播出量非常大，豪不夸张的说，已经达到了基本上每天都要 24 小时播出电视节目。所以在这个大环境背景之下，现在的电视台就必须要拥有比较先进的播出设施，现在比较新颖的一种设备就是播出系统，播出系统其实是一种非常先进的设备，它可以保证电视台的日常工作可以有效进行，但是播出系统如果想正常运行的话，也需要我们进行定期的维护，所以这就需要我们的一些技术人员要深入掌握播出系统的一些内在特点，并且需要从硬件和软件两个方面不断地加强它的性能。我们知道电视工作的核心部分就是播出系统，播出系统的主要作用是可以传播信息传达给外界，它可以直接面向观众，并且我国的信息技术正在飞速的发展，所以我国目前已经完成了由传统磁带播放跨越到了硬盘播出系统的转变。我们知道传统的录像机有一些缺陷，它的可靠性比较差，而且进行维修的话所花费的资金比较多，内在的结构也比较复杂。但是硬盘播出系统可以弥补这些缺陷，如果我们使用播出系统来播放一些电视节目，就会在一定程度上使得播出的图像比较清晰，从而也会不断提高观众的收视效果。但是我们需要在硬盘播出系统运行的过程之中，不断地维护和管理播出系统，从而实现它的高效率工作。所以，我们研究硬盘播出系统软件的特点，以及对其进行维护的研究都是非常重要的。

2. 硬盘播出系统内在特点

硬盘播出系统从本质上来说有三大特点：

2.1 资源共享特点

我们所说的资源共享特点就是说我们可以把图像和相应的声音，转化成数码信号然后储存在硬盘中，并且可以实现多频道播的单个频道的有效重播目标 [1]，其实所谓的资源共享就是要大大地提高重复使用资源方面的利用率。

2.2 可靠性比较高以及比较高的工作效率

播出系统是需要根据数字化存储和对其的处理的基础之上进行的，所以只要我们能够提前设定所有的电视节目，那么它就可以根据设定好的顺序自动进行播出，并且在整个过程中都不需要人工进行干预，所以从本质上来说可以节约很大的劳动力，并且我们也能够避免过去播出节目因为使用传统磁带而发生的一些故障性问题，所以大大提高了系统的可靠性。

2.3 拥有比较先进的技术

电视节目使用的播出系统其实是建立在网络化以及数字化的基础上，并且我们在实际的播出节目过程中会依托视音频、自动播出、硬盘等等设备 [2]，从而获得更加方便快捷的工作流程。

3. 县级电视台硬盘播出系统技术维护工作

3.1 提供良好的环境

硬件播出系统在整个工作过程中都是需要一个比较好的运行环境来进行的，同时这也是保障工作可以顺利进行的基础。我们首先需要做的就是，要让机房一直可以保持一种比较稳定的温湿度，因为如果过于干燥的话就会发生静电，这样就可能会损坏我们的播出系统。如果这个环境比较潮湿，那么就可能会在很大程度上腐蚀硬盘系统，还会发生漏电的现象。与此同时，我们也要及时收拾好桌面上的灰尘和杂物，因为一些茶杯这种盛水器也有可能会导致设备发生短路，同时我们不可以在操作台上放些杂乱的东西，并且我们要稳固它，因为如果发生强烈的震动的话，可能会导致划伤硬盘磁头，导致不能读取硬盘，所以我们一定要把它放在比较合适的位置。在日常的工作中，我们需要比较柔软的东西擦拭机

箱、风扇，把上面的灰尘擦干净。有时候键盘和鼠标上面会有很多的灰尘，所以我们的工作人员就可以用湿布进行擦拭，并且将它放在通风处晾干。总而言之，我们一定要保持机房比较合适的温度和湿度，所以也需要一些工作人员对其进行严格的监控，使得它可以保持在比较合理的范围之内，如果发生了异常情况，工作人员要把温度调到适当的范围之内，这样就可以使得系统正常工作。并且我们需要注意的是，在工作场合禁止工作人员吸烟。

3.2 电脑配件的有效备份

播出系统是根据 IT 技术进行的，所以，计算机具有比较稳定的系统才可以保证我们可以安全顺利地播出节目，它是具有比较重要的影响。所以工作人员为了能够保证计算机硬件的良好运行，就需要备份主板以及硬盘和相应的网卡，这样即使硬件会出现故障，也不会对节目播出产生影响。

3.3 周边设备及播出系统有效维护

我们的工作人员需要在硬盘播出环节中，仔细观察指示灯和运作的声音以及相应提示，如果发现一些比较异常的情况则需要对故障的地方进行判断。并且工作人员也可以对系统进行断电，然后仔细检查并且更换松动的机箱配件，并且工作人员还需要进行比较定期的有效重启服务器，用这种方式来不断强化服务器的运作的稳定性。并且维护人员还应该重点检查一些，不同设备连接区域氧化松动的状况，并且要更换氧化接头，并也要加固松动区域。[3] 如果发现老化比较严重的线缆的时候，工作人员也需要更换新的线缆。并且我们的技术人员要根据专门的仪器检测各项音频指标，如果发现了异常的情况，就要把播出系统参数调整到合理范围。

3.4 促使播出人员按照规定流畅工作

硬盘播出人员需要熟悉掌握电视台硬盘播出系统的一些规章制度，并且根据规定来开展工作，在实际的工作过程中，工作人员要严格根据要求的顺序开关机器，禁止工作人员直接切断电源进行关机，因为这种强制关机的方式会使机器造成很大的损伤，并且也要严格要求监督工作人员，避免工作人员没有根据规范流程进行操作，从而导致一些人为的故障发生。

3.5 安装有效软件，进行磁盘清理工作

如果比较随意的安装一些软件，也会导致病毒入侵，所以电视台应该采用统一规定的安装软件，并且在安装过程中要遵循一定的程序来进行，不能随意安装其他软件，尤其是一些来路不明的软件更不可以随便安装，并且工作人员需要在定期的时间内清理磁盘工具，维护整理磁盘。并且要删除掉一些无效的文件，从而进一步提高使用性能。

3.6 加大素材库管理力度

因为电视台是人员比较多的部门，为了防止出现工作上的混乱情况，导致错误的操作行为，所以需要不同的工作人员来确定不同的工作账户，每个工作人员都需要按照权限来进行工作，并且要明确每个工作人员的责任，严格督促工作人员。并且一些工作人员需要定期检查日志，在播放系统中最重要的部分是素材库，它的目的就是储存一些素材，所以也是系统的核心。[4] 所以电视台就需要不断地重视素材库的管理工作。要求是使用的磁盘容量不会超过总容量的 70%，这样才可以保证有足够的空间。同时我们也要将长期不使用的素材整理出来并进行及时清理，因为素材过多的话，会占用很多空间，也会影响到查找的速度，从而影响播出的效率。

3.7 定期升级软件系统，及时清理隐藏危害

县级电视台负责节目播出的硬盘系统，是不可以和外部网络进行连接的，所以我们需要使用离线升级包，然后升级设备内部的安全防护软件，并且我们应该配备一些比较专门的杀毒电脑，并且装置专用的刻录机，用光盘的形式刻录数据素材，同时也可以避免木马病毒的侵害，保证硬盘播出系统可以稳定地运行。

4. 结语

综上所述，时代的发展和社会的进步，在这种大时代背景之下，使得电视台的播出系统受到大众的关注，并且针对播出系统来说，我们还是需要对其硬件和软件进行有效的维护，从而使得播出系统可以比较正常地运作。电视台是国家传递有关信息的重要载体，一个电视节目可以顺利的播出，达到预期的播出质量，这是每个电视媒体人和工作者都比较重视的。并且一个电视台无论它的规模有多大，拥有多广的观众覆盖面，都需要优先考虑在节目播出期间的安全问题。如果我们使用硬盘系统然后播出电视节目，可有效减少资源的占用，从而也使得我们播出的节目具有比较高的效率，同时也更加安全和可靠。我们需要在不断的实践中总结经验，并且不断地进行创新，才可以保证硬盘播出系统能够正常启动运行，从而获得更好的播出质量，使我们的电视媒体行业发展的越来越好。我们只有不断地更新硬盘播出系统，才可以使得电视节目能够顺利正常地播出，从而拥有更广泛的观众覆盖面。媒

参考文献

[1] 张传爱 . 试析数字硬盘播出系统在县级电视台的安全应用 [J]. 广播电视信息，2016（09）：43-44.

[2] 谢春燕 . 数字硬盘播出系统在县级电视台的安全应用 [J]. 西部广播电视，2015（12）：195.

[3] 刘鸿波 . 浅析眉县广播电视台硬盘播出系统中的技术维护 [J]. 电子制作，2012（10）：82.

[4] 王爱玲 . 浅析数字化硬盘播出系统在县级电视台应用的优越性和实施办法 [J]. 科技创新导报，2014（30）：198.

（作者单位：山东临邑县广播电视台）

广播电视台无线发射机房防雷技术实施方案

摘　要：为了预防雷电对广播电视无线发射机房的危害，确保设备正常运行，阳谷县广播电影电视中心积极行动，根据自身实际情况，设计了一套符合本地无线发射机房的防雷方案。本文简要介绍了雷电的危害及入侵途径，着重阐述了无线发射机房的具体情况、防雷技术设计方案，分析了机房防雷技术设计方案的功能及实施后的意义。

关键词：机房；雷电入侵；等电位；接地模块；防雷器

中图分类号：G220.7　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-097-02　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.040

文 / 胥化龙

1. 具体情况及防雷技术设计目标

阳谷县广播电视无线发射机房、发射塔位于阳谷县广播电视台办公楼楼顶。机房内设置区域分别为：信号监播控制区、信号传输区、发射机区、总电源控制区、备用电源控制区。做好防雷设计的目标需做好以下几点：

设计好铁塔防雷措施。根据国家标准 GB 50057-2010《建筑物防雷设计规范》和广电行业标准 GY/T5084-2011《广播电视工程工艺接地技术规范》要求设计实施防雷标准，使铁塔、大楼主体钢筋与铁塔地网紧密连结，铁塔装有符合要求的避雷针等，发生雷击时能有效泄放大地。

设计好机房内部防雷措施。主要包括：信号监播系统、信号传输系统、电源系统、发射机及馈管进行有效的防雷接地，安装防雷器，采取过电压保护器保护，等电位连接保护等方式，确保机房内设备不受雷电损害。

2. 雷电入侵途径

直接雷击：[1] 指雷电直接击在建筑物、架构、树木、动植物上，由于电效应、热效应和机械效应等混合力作用，直接摧毁建筑物、构筑物以及引起人员伤亡等。由于直击雷的电效应，有可能使机房微电子设备遭受浪涌过电压的危害。根据建筑物防雷设计规范 GB50057-2010 估算，雷电直接击中建筑物，雷电的不到 50% 的能量将会从引下线等外部避雷设施泄放到大地，剩下的能量将通过建筑物的供电系统、通信网络线缆以及建筑物的其他金属管道、缆线分流。

雷电波侵入：在更大的范围内（几千米甚至几十千米），雷电击中电力或信息通讯线路，然后沿着传输线路侵入设备。其中地电位反击也是雷电波侵入的一种方式，雷电击中附近建筑物或附近其他物体、地面，导致地电压升高，并在周围形成巨大的跨步电压。雷电可能通过接地系统或建筑物间的线路入侵到建筑物内部设备形成地电位反击。

感应雷击：指雷云之间或雷云对地之间的放电而在附近的架空线路、埋地线路、金属管线或类似的传导线路上产生感应电压，该电压通过传导体传送至设备，间接摧毁微电子设备。在周围 1000m 左右范围内（有资料为 500m 或 1500m，距离应随着雷击大小和屏蔽措施而变化）发生雷击时，LEMP（电磁脉冲） 在上述有效范围内，在所有的导体上产生足够强度的感应浪涌。因此分布于建筑物内外的各种电力、信息线路将会感应雷电而对设备造成危害。[2]

3. 无线发射机房的防雷技术设计方案

（1）铁塔顶端安装了接闪器，铁塔、铁塔地网与大楼的主体钢筋相连接，安装要求符合国家标准。

（2）接地网设计方案，本次地网材料采用 40×4mm 镀锌扁铁、接地模块，接地阻值要求≤ 4Ω。

（3）根据现场情况，本次接地网开挖围绕楼下绿化带内进行，在绿化带内开挖宽 40cm、深 70cm U 型沟槽（具体施工可根据现场施工条件适当调整沟槽形状），方便放置扁铁、接地模块。

（4）将 40×4mm 镀锌扁铁平铺于沟槽底部作为水平接地体，每隔 5m 放置一块接地模块，增加水平接地体与土壤的接地面积。

（5）整个地网焊接采用电焊方式，扁铁与扁铁的焊接长度为横扁铁宽度的 2 倍，不少于 3 面焊接。

（6）焊接过程中，焊点必须实焊，不得虚焊，焊接完毕后需涂抹沥青漆做防腐处理。

（7）采用 40×4mm 镀锌扁铁作为接地引入线，沿楼体外铺设，引入到发射机房内部，与机房内接地母排保持良好的电气连接，接地引入线需沿楼体进行固定。

4. 无线发射机房内部防雷具体设计方案：

（1）机房窗户进行屏蔽措施，机房地面采用全钢防静电地板，规格是 600mm × 600mm × 35mm 有边、防滑、阻燃、环保、耐磨，含 25cm 高地板支架。布线槽建在防静电地板下面。

（2）采用 95mm² 多股铜缆作为接地引入线，从大楼主体钢筋取接地点，穿墙引入到机房内，接地引入线需与机房等电位连接排进行良好的电器连接。

（3）在机房内沿墙采用 40 × 4mm 铜排铺设等电位连接排，与大楼主体钢筋采用 95mm² 多股铜缆作为接地引入线保持良好的电气连接。等电位连接排要与布线槽保持一定的距离。

（4）在机房总配电柜处设置一套 10/350 波形 25G 防雷器，作为电源部分的第一级防护，接地线采用 25mm² 多股铜缆与等电位连接排保持良好的电气连接。

（5）在机房内分配电柜处分别设置一套 80KA 防雷器，接地线采用 25mm² 多股铜缆与机房等电位连接排就近保持良好的电气连接。

（6）在机房内 4 台发射机内分别配置一套 40KA 防雷器，接地线采用 16mm² 多股铜缆与机房等电位连接排就近保持良好的电气连接。

（7）采用电源末端精细级保护，在机房内普通插排处分别配置一套等电位连接插排，总共配置 6 套，作为电源的末端精细级保护。

（8）将机房内所有馈管采用 25mm² 多股铜缆与机房等电位连接排就近保持良好的电气连接，并在连接处分别增加一套等电位连接器（120KA），用于避免对馈管信号的影响。

（9）将机房内所有设备机壳采用 25mm² 多股铜缆与机房等电位连接排就近保持良好的电气连接。

5. 无线发射机房防雷技术方案的功能

（1）铁塔顶端安装了接闪器，铁塔、铁塔地网与大楼的主体钢筋相连接，接地阻值小于 4 欧姆符合国家规定标准，[3] 机房大楼在接闪器的保护范围内，当受到雷击时，这些防雷设备会有效的把雷电泄防到大地，因此发生直击雷击的概率较小。

（2）地网采用接地模块和镀锌扁铁，是因为接地模块内置镀锌扁钢或铜排，将其与被保护的地线连接时，金属接地体与土壤的有效接触面积将大大增加。由于接地模块具有很强的保湿、吸湿性和稳定的导电性，因此，金属接地体与土壤的接触电阻将极大地减少，从而使接地模块降阻效果更为显著。

（3）电源系统采用主级防雷。总电源进线端安装高容量的防雷器（主级防雷），当雷电来袭时，防雷器迅速被击穿，将雷击高压浪涌就近泄入大地，从而保障机房设备。

（4）在机房内其他设备上进行次级放雷。就是在设备电源线处安装小容量的防雷器，为防止雷电残压侵入设备，可进一步减小雷电的影响，保护设备免受损坏。

（5）等电位连接保护是为了防止当雷击发生时，所产生的静电、电磁脉冲使各电气之间电位不一致，容易产生电位差，进一步产生大电流，以免损坏设备。等电位连接保护应根据接地线尽量短、直原则，所有防雷器接地线、不带电的电气设备，均采用就近与等电位连接排保持良好的电气连接，以达到雷电流的快速泄放。

6. 结语

阳谷县广播电视无线发射机房防雷设计方案实施后，在雷电来袭时，能够有效地保护机房内各种设备及人身安全问题，避免雷击安全事故。节省财力的同时，能够确保广播电视信号正常发射，及时把上级精神传达到农村基层，最大限度地满足群众日益增长的精神文化生活的需求。媒

参考文献

[1] 周志敏 纪爱华等 . 雷电防护技术 [M]. 北京：中国电力出版社，2016：23-28，99-111.

[2] 国家新闻出版广电总局 . 广播电视工程工艺接地技术规范 .

[3] 国家建设部 . 建筑物防雷设计规范 .

（**作者单位：**山东阳谷县广播电影电视中心）

图像处理打印技术在影画融合中的尝试

摘　要：借助于数码技术与图像处理打印复制技术，新闻摄影与绘画艺术在宣纸上实现了跨界深度融合。改变了新闻摄影单纯的纪实属性，使传统书画与现代摄影达到了高度的和谐统一，新闻摄影附加值得到较大提升，摄影记者的创造性劳动得到新的拓展，催生出一种全新的融媒产品——影画。本文分析了影与画的内在逻辑关系，重点阐述了图像处理打印技术在影画融合过程中的作用和方法。研究成果显示，影画的出现，扩大了计算机图像处理的广度和新闻摄影表现的深度，改进了新闻摄影与书画艺术的创作领域和应用范围，符合当今融媒集团开发衍生文化产品的新需求。

关键词：新闻摄影；跨界融合；宣纸；影画；图像处理打印技术

中图分类号：G315　　**文献标识码**：A

文章编号：1671-0134（2017）10-099-03　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.041

文 / 范　列

引言

近十多年来，新闻摄影最显著的变革莫过于现代科技的有效介入，它使新闻摄影工作的后期编辑与前期摄影变得几乎同等重要，也使会采写、会编辑、会拍照、会摄像成为对全媒体采编人员的基本要求。

本课题研究新闻摄影与绘画艺术的融合与重组，即数码技术及多种类材料与中国书画有机合成的综合技术方法，它通过图像处理打印复制技术和手工创作共同完成。包括以下步骤：（1）拍摄、选择图片。（2）计算机 PHOTOSHOP 滤镜图像处理，将新闻摄影制作成绘画效果，储存成可供专业输出的专业数据。（3）选用高分辨率写真机与电脑连接。（4）托裱宣纸，增加其硬度和厚度，符合打印纸张标准。（5）宣纸代替相纸，标准化批量打印输出所选新闻摄影作品。（6）选择相关诗词、文句。（7）在印有如画图片的宣纸上题诗钤章，或另配宣纸题诗。（8）在喷绘成像表面涂一层胶矾水，增强颜料墨水在宣纸上的防水、耐光、抗氧化功能。（9）如画图片与题诗拼接，装裱成立轴、横披、镜框等传统或现代形式。（10）将作品装进绵盒、木盒或纸盒包装，贴上标签，最终成为影画艺术品。

影与画的融合天生就有着不解之缘。资料表明，摄影起源于“用光线来作画”，以至于英语中“摄影”一词 PHOTOGRAPHY，是由前缀“用光线 ......”（Photo-）和后缀“...... 绘画”（-graphy）组成的。

事实上，从摄影技术诞生开始，人们就一直探讨摄影与绘画之间的关系。曾有人担心摄影会颠覆并最终取代绘画。实际发展的情况却是，摄影和绘画不仅没有被哪一个取代，而且摄影和绘画相结合的作品已经自成流派，艺术家采用各自不同的艺术语言，混淆着摄影与绘画之间的界限，向人们展示了视觉艺术的多种可能性。

1. 影画融合的基础条件

新闻摄影与绘画艺术的融合，其外部特征首先是新闻摄影本身产生了根本性的变化，即“影”向“画”转变，纪实性向艺术性转变，单一形式向复合结构转变。科技与艺术之间相互影响，相互渗透，相互依赖，最终形成一个整体。

主宰这场变革的数码摄影，用数字成像元件（CCD，CMOS）替代传统胶片记录影像，是电脑发展到一定阶段的高科技产物，也是对传统摄影体系的一场革命，更是影画融合中重要的物质基础。离开数码，影画的创新终将成为一纸空谈，镜中水月。

PHOTOSHOP 属于数码技术中常用的图像编辑软件，可以运行在苹果机（Macintosh）和 PC 机上编辑扫描书画和图片，尤其关键的是，PHOTOSHOP 还提供了类似在纸上绘画的工具，借助这些工具可以创造出如同水彩画和油画一样的自然主义风格的图画。另一件数码产品——电子琴则采用大规模集成电路开发而成，发音量可以自由调节，音域宽，和声丰富，可奏出一个管弦乐队的效果，表现力极强。它还能模仿多种音色，甚至奏出常规乐器无法发出的声音，如合唱声，风雨声，宇宙声等，这一点与 PHOTOSHOP 模仿的多种类绘画功能非常相像。PHOTOSHOP 和电子琴这种既模仿又独立的鲜明特性，为影画的发明带来了极大的启示和灵感。

作为摄影与绘画的“混血儿”，影画由摄影“父亲”和绘画“母亲”共同孕育。这个“混血儿”别具一格，似影非影，似画非画，光墨重彩，画影兼备，双亲可能是西方的贵族，也可能是东方的秀才，它不仅要继承父亲“影”的血统，

还要充分吸收母亲“画”的营养，外形要像但不能太像，个性要强但不能嚣张。从这个角度来看，影画对于中西方文化的兼融是无论哪一类画家都难以做到的，也让单纯的摄影家望尘莫及。因此，影画虽然以图片为原创素材，但不是摄影的分支；虽然与油画、版画、国画等有些相似，也不是绘画的从属。宣纸为媒，借助于数码技术与图像处理打印复制技术，传统书画与现代摄影才能达到高度的和谐统一，最终形成全新的视觉艺术。

2. 特效制作应用路径

特效制作是影画创作的重要步骤，它关系到影画作品的风格、流派走向，直接影响消费者的欣赏和购买心态。图像处理技术为普通的新闻摄影后期处理提供了广阔的平台，也为书画摄影融合以及在视觉艺术上的创新提供了技术保证。

特效制作在 PHOTOSHOP 中主要由滤镜、通道及工具综合应用完成，包括图像的特效创意和特效字的制作，如油画、浮雕、石膏画、素描等常用的传统美术技巧都可藉由 PHOTOSHOP 滤镜图像处理完成。PHOTOSHOP 滤镜分为三个部分：内阙滤镜、内置滤镜、外挂滤镜。滤镜主要用来实现图像的各种特殊效果，它在 PHOTOSHOP 中具有非常神奇的作用。

以新闻风光摄影“水乡”为例，将图片处理成水墨画效果的流程如下：（1）在 PHOTOSHOP 中打开水乡素材图片，把背景图层复制一层。首先让“色阶”改变画面的基调，按 Ctrl + L 调出色阶面板，将设置“白场”的吸管点击水面的中灰部分，这样，原本灰蒙蒙的画面就提亮了许多；再将设置“黑场”的吸管点击瓦面暗部深灰的部分，加大反差，使画面变得明快。（2）复制出一个图层，选菜单 – 滤镜 – 风格化—查找边缘，得到一个线描的图层，再选菜单 – 图像 – 调整 – 去色，用“色阶”加大图层的对比，设置图层混合模式为“叠加”，“不透明度”为 80%。（3）复制一个背景图层，作模糊处理，这里选用的是“方框模糊”模式，半径设定为 23 像素；用“滤镜”中“画笔描边”的“喷溅”命令，使图像显现水墨画在宣纸上湿笔晕墨的效果，设定“喷色半径”为 13，“平滑度”为 8; 设置图层混合模式为“叠加”，“不透明度”仍为 80%。（4）找来一些树枝，挂在空泛的左上角，让构图均衡一些；水面点缀了两条轻舟，水乡的味道更浓了。调整画面的墨色浓淡和前后层次，在右下角原本色调浓重的地方飘逸几缕雾霭，使整个画面活泛起来，最终完成水墨画效果。

以新闻人物摄影“楷模”为例，其转化为影画的流程如下：（1）多角度、多层面分别拍摄 2012 年度 10 位最美衢州人物。（2）重点选择构图和人物表情。（3）将图片处理成素描效果。（4）10 张最美衢州人物图片组合在同一个画面。（5）将最美衢州人物呈现在长 180 厘米、宽 90 厘米的宣纸上。（6）“楷模”两字用行书题在画面左上角，另选与最美衢州人物相关的文字，用小楷书写在画面下方：“在许多人崇尚金钱财富的时候，还有人敬仰雷锋，像雷锋那样奋斗；在许多人追逐娱乐明星的时候，还有人崇拜保尔柯察金，像保尔那样奋斗。我们所处的依然是一个英雄辈出的时代，在他们身上，我们看到了最美的同义词：诚实、责任、仁爱、奉献，浙西的每一条街道、每一座山峦，甚至远在西北边陲的丝绸之路上，都绽放着一朵朵衢州的笑容，这就是衢州的表情”。（7）人物脸部稍施淡妆，并配三方朱红印章点缀。（8）成像表面处理。（9）立轴装裱。（10）放入锦盒，贴上“中国发明专利范例影画”注册商标标签，最终成为影画艺术品。

通过以上步骤我们发现，图像处理打印复制技术的应用，使原新闻图片发生了质的改变。融合之后的影画，既保留了新闻摄影的真实性，又体现出似影似画的审美价值。视觉形象的概括性和瞬间的寄寓性丰富了最美衢州人的艺术表现力，诗、书、画、印相得益彰，渗透着艺术家的主观认识和思想情感，增强了影画独特的艺术感染力。

3. 宣纸打印技术实现方式

寻找并运用新材料是艺术创新的关键所在。国画、水彩画、油画等的出现，并独立于其他艺术门类，都是因为使用了新材料。国画主要指的是画在绢、宣纸、帛上并加以装裱的卷轴画，工具和材料有毛笔、墨、国画颜料、宣纸、绢等；油画是以用快干性的植物油（亚麻仁油、罂粟油、核桃油等）调和颜料，在画布、亚麻布、纸板或木板上进行制作的一个画种。这些成功的案例，都对影与画的融合带来积极的影响。

影画的最终结果是由纸和颜料墨水构成的，纸是作品完成的最后媒材，纸的质量决定影画的效果。因此，打印影画的张纸必须同时具备三个条件：即能够吸取足量的颜料墨水并具色彩的还原性；软硬适度，便于装裱成立轴、横披、镜框等传统或现代形式；能够长期保存而不变色、变质、发霉。

从吸墨性、耐久性和易装裱三个重要特性来看，宣纸是影画替代相纸打印图像的最佳物质材料。宣纸柔软均匀，百折不损，宜书宜画，用水装裱时，纤维质不易分解水汽，伸缩性小，伸缩方向均匀，同时对颜料墨水反应敏感。彩色数码印刷机对纸张的硬度和厚度要求很高。以富士施乐彩色数码印刷机为例，64~80 克厚度的 A4 幅面纸张每分钟可输出 45 页，80~135 克厚度的 A4 幅面纸张每分钟输出 60 页，136~220 克厚度 A4 幅面纸张每分钟输出 30 页，221~280 克厚度的纸张和透明胶片每分钟仅输出 22.5 页。可见，并不是越厚的纸张打印的速度越快，只有硬度、厚度适宜，才能保证打印速度和图象品质。

未经处理的宣纸达不到数码打印纸张硬度和厚度的标准，会导致输出过程中出现夹纸等机器故障，打印出来的图

像也容易失真或发生颜色偏差，因此，打印影画的普通宣纸必须托裱 3~5 层才能满足数码输出的要求。宣纸托裱后，重量、厚度、亮度、不透明度及光滑度等都符合数码印刷机对纸张的要求，而且，宣纸在温湿度变化的环境下，有良好的尺寸稳定性、低挠曲性及低起皱性，同时还有适当的耐磨擦性、表面导电性、足够的挺度和弹性。采用不同的上墨方法也可获得各异的画面效果，这一点也是影画不同与其他画种的又一特征，如颜料墨水粘稠度差异、色彩的试印以及套色的次序等。以富士施乐 Phaser 8560 印刷机为例，这款机器不同于一般的激光打印机，它采用了四色蜡块作为耗材，只需要四色蜡质固态耗材就能完成精彩影像的输出。新型的蜡质固态耗材不同于传统激光打印机的碳粉，打印过程中不需要使用硒鼓，成像图案更加逼真，还原性能更加稳定。

影画用的材料如纸张和颜料的质量，关系到作品的长久保存。影画虽然经过了干燥，但纸张对于湿度非常敏感，特别是吸水强的生宣尤为敏感，所以一般作品应在湿度 5% 左右、温度 10~20℃的环境中保存为佳。宣纸、颜料对光线的反应也很敏感，阳光会使宣纸和颜料变色而影响画面的色彩，宣纸没有漂白，长期存放会自然变黄。因此，装裱成立轴、横披、镜框等传统或现代形式的影画作品，应放在阳光直射不到的地方，尽量减少光线对影画的损伤。

4. 总结与展望

科技与文化交融，创新才能与创意齐飞。新闻摄影与绘画艺术的融合，使新闻摄影的附加值得到较大提升，摄影记者的创造性劳动得到新的拓展，扩大了计算机图像处理的广度和新闻摄影表现的深度，改进了新闻摄影与书画艺术的创作领域和应用范围。同时，对现有数码应用技术与图像处理打印复制技术也是一种创新，填补了西方现代数码技术不能与东方传统书画艺术融合的缺陷，符合当今文化产业开发新需求。

多种类材料及东西方文化融为一体，使现有的视觉艺术有了新的表达方式：（1）符合环保要求的艺术创作形式。拓宽了新闻摄影最终成像所选用载体的狭窄限制，用于二次创作的墨汁、毛笔、宣纸、印泥等文房四宝都符合当今社会经济发展对环保的要求。（2）可一人或多人参加的艺术创作形式。拓宽了流水作业的艺术品缺乏鲜明个性的思想表达及名家精品难产的狭窄限制，在高端彩色数码印刷标准化管理下，影画可以大限度地达到标准化印品质量，也可以使同一批次、几个批次甚至分散打印的产品达到同等质量。（3）新闻摄影产生绘画效果的创新表现形式。拓宽了新闻摄影单纯纪实的狭窄限制，扩大了 PHOTOSHOP 滤镜图像处理的广度和作品选材的内涵。（4）数码绘画的创新表现形式。拓宽了传统绘画依靠纸笔颜料创作的狭窄限制，体现了光墨重彩、似画似影、非画非影、影中有画、画中有影、画影兼备的艺术特点。（5）视觉艺术的创新表现形式。拓宽了书画摄影长期以来各自独立、无法兼融的狭窄限制，使得东西方文化取长补短，相互渗透，达到了较为完美的融合。（6）宣纸托裱打印复制的创新表现形式。拓宽了宣纸质地薄软不宜正常输出的狭窄限制，托裱后的宣纸达到了数码打印纸张硬度和厚度的标准，打印出来的图像和颜色更加逼真，还原性能更加稳定。（7）提高喷绘成像质量的创新表现形式。拓宽了染料型、颜料型墨水在宣纸上有选择打印复制的狭窄限制，在喷绘成像表面涂上一层胶矾水，隔绝宣纸与空气的接触，使影画的防水、耐光、抗氧化功能得到加强，便于装裱。（8）在影画上用毛笔题诗的创新表现形式。拓宽了毛笔书法书写汉字的狭窄限制，将文字扩展到德文、俄文、法文等 21 种。同时，大大拓展了书法家的字体风格和古体诗、近体诗、白话诗的表现形式。（9）低成本高产出的创新表现形式。拓宽了高档艺术品制作成本高、售价高的狭窄限制，使影画能够进入普通百姓家庭。宣纸复制成本低廉，书法创作各具特色，再加上影画可以随时量身定制，装裱成立轴、横披、镜框等传统或现代形式，影画艺术将更加完整地呈现在受众面前。

综上所述，通过多年的不懈努力，笔者完成的新闻摄影与绘画艺术融合开发项目，涉及到以下 5 项技术领域的创新：（1）利用 PHOTOSHOP 滤镜软件，将数码图片制成绘画效果，改变了传统新闻摄影表现形式。（2）通过书画摄影有机组合，发明出似影似画、画影兼备的新型视觉艺术种类，命名为影画。（3）将工业用胶矾水应用到影画制作，隔绝了宣纸与空气接触，防水耐光抗氧化功能得到加强。（4）经多层托裱提高宣纸硬度和厚度，符合数码打印纸张标准，图像颜色更加逼真，还原性能更加稳定。（5）将影画题跋文字扩展到英文等 21 种，适应全球文化市场需求。2011 年影画作品参加北京恒丰国际拍卖有限公司艺术品拍卖会，分别以 9.5 万元与 10.3 万元价格成交，具有较高的欣赏收藏价值和经济价值。媒

参考文献

[1] 范列 . 影画的制作方法 [P]. 百度学术 . 范列 . 影画的制作方法 . CN, CN 102416819 B. 2012.

（作者单位：浙江衢州日报报业传媒集团）

浅谈安徽广播电视台新播出系统的技术应用

摘　要：随着播控技术数字化、网络化飞速发展，电视播出系统也不断升级。数字播出系统的主要特征是基于互联标准、大存储和文件化。本文围绕着新播出系统的建设，浅谈安徽广播电视台播出系统的技术应用。

关键词：播出系统；文件化；质量保证；接口；网络安全
中图分类号：TN948.11　　**文献标识码**：A
文章编号：1671-0134（2017）10-102-03　　**DOI**：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.042

文 / 陈　懿

在数字技术、网络技术和信息技术迅猛发展的今天，随着电视业务的发展，播控技术不断进步，使得播出系统的结构更加合理、功能更加齐全、技术更加先进、可靠度更高且易于改造升级。安徽广播电视台（以下简称“我台”）新播出系统自启动系统建设，采用当前国内播控的前沿技术，同时根据自身业务发展需要，打造出一个安全、先进、高效的播出系统。本文从播控技术的发展及定位、文件化播出、构建文件化质量保证体系、接口规范和网络安全这五个方面浅谈安徽广播电视台新播出系统的技术应用。

1. 播控技术的发展及设计定位

随着媒体与技术的融合，电视播出模式和播控技术迎来跨越式发展。数字播出系统发展至今经历了三代。第一代是基于硬盘的播出系统。第二代是以二级存储的文件化备播为初级阶段，在这个阶段出现了系统互连的需求，特别是直送类节目。第三代是建立相关文件格式规范、互联标准、全自动文件化备播和高标清同播。我台新播出系统的建设就是基于第三代设计理念，它不仅可以为传统播出业务服务，也可以扩展为新媒体、网络电视等业务提供服务。

我台播出系统的设计定位：播出系统主要负责根据播出串联单，完成所有素材备播及播出；根据台内实际业务流程进行设计，可以通过全台主干平台与台内其他子业务系统互联，实现播出素材全台备播。同时保证，播出系统不与全台网互联时播出可以独立完成所有备播、播出工作；根据播出业务需求要与总编室影视剧精编、导视宣传片制作和广告备播等直送节目的系统发生数据交互；预留扩展接口，以备将来业务发展需要。

2. 文件化的播出架构

以往的播出备播流程第一步需将磁带节目进行上载，然后传至相应的主备播出服务器中，播出节目单的编辑和修改依赖于总编室提交的纸质节目单，这种传统的播出模式效率低且繁琐，也无法适应今天电视业务的发展。文件化播出不仅能够降低工作强度，减少人为操作事故，提高工作效率，而且最大化保证节目的播出质量。我台新播出系统的设计基于文件化备播，以实现全台的制播一体化为目标。

2.1 文件化备播流程

播出系统文件化备播流程的设计首先要保证节目文件的技术质量。我台制定了播出节目文件标准：节目文件格式：MXF OP1A。其中，视频数据：高清（压缩方式：MPEG2 IBP Gop=12 码率：50Mbps）；标清（压缩方式：MPEG2 IBP Gop=4 码率：15Mbps），音频数据 MXF 内嵌。

其次，根据我台播出业务特点，确认文件化备播业务流程。播出业务不仅包含了总控、播出等传统播出业务，还包含了影视剧缩编、导视及宣传片制作、广告串编等业务。其中，播出域的播出备播系统是播出节目文件准备的一个重要途径，它包括文件制作、上载、迁移、技审、人工复审、备播缓存等部分，最终将播出节目文件统一传送至播出视频服务器（图 1）。

播出节目单不但可以依据纸质的串联单进行新建和编辑，还可以通过 USB 摆渡技术将频道编辑送来的电子节目单文件导入，通过使用电子串联单，可以大大提高节目单的编辑效率，降低人力成本。

2.2 外来电子节目单导入播出网的工作流程

如图 2。

总编室或频道编制的播出节目单，会预留出相应的广告段位，广告部根据这些广告段位将广告介质上载和整理，将广告单与广告素材合并成广告文件，一并提交播出。若出于总编室或广告部的需要，广告段位或时长发生变化，需要两部门进行协调，确定最终的广告时段信息。

最终形成的段位广告单都有唯一的段位 ID，这个段位 ID 与播出节目的单的 ID 相匹配，形成最终的播出单。段位广告单内的每个广告条目使用广告素材 ID 进行标识，广告素材 ID 的作用主要是用于广告节目自动串编（图 3）。

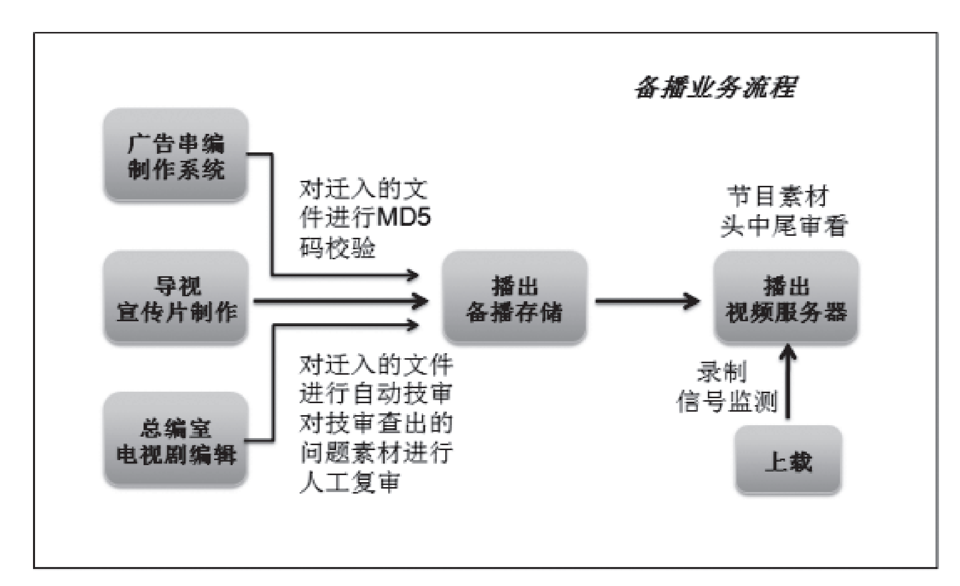


图 1 备播电子节目单的准备

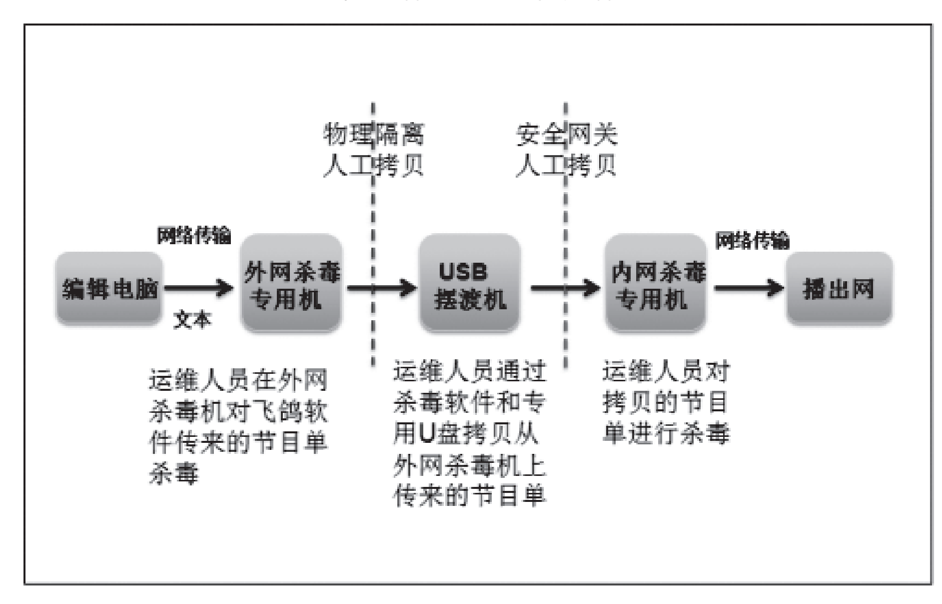


图 2 外来电子节目单导入播出网的工作流程

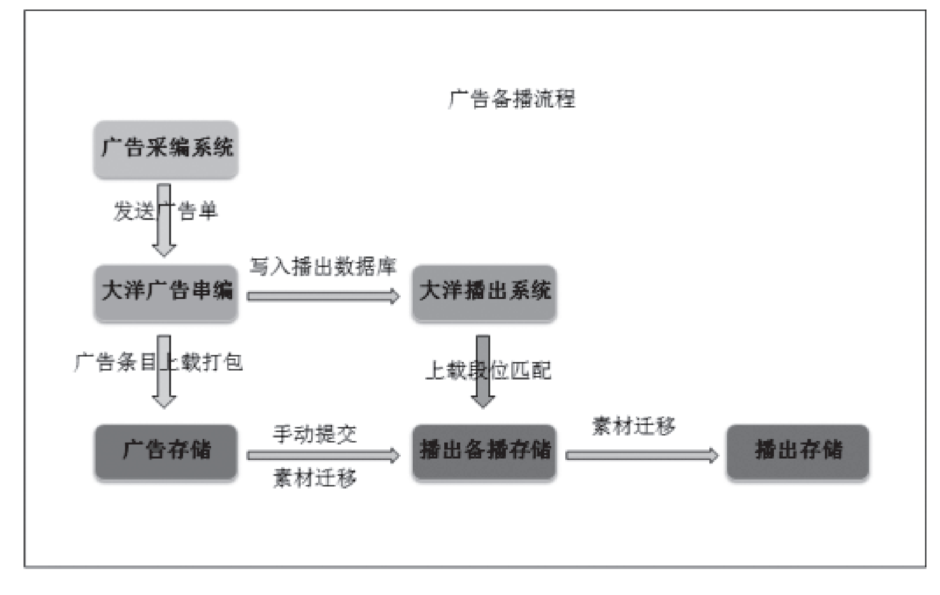


图 3 广告节目备播流程

3. 构建文件化质量保证体系，确保安全播出

节目素材安全是安全播出的重中之重。在整个播出备播流程中，节目文件的传输和存储共涉及到前端业务（广告、包装宣传片和影视剧精编）系统、播前缓存、上载及播出视频服务器等几个环节，节目文件从制作到安全播出，要能确保在这些环节的传输处理上都不会出现问题。需注意以下几个方面：

3.1MD5 校验

任何进入备播系统的节目文件，都需要通过 MD5 校验，在证明节目文件完整无损后，才能完成备播流程。

设计过程：节目文件开始向备播缓存迁移。迁移过程中，生成新文件的 MD5 码，同时解析原文件携带的 MD5 码，传输的同时对两个序列进行比对，当比对一致时，将文件迁移至播前缓存。比对有误差时将该文件删除，并通知原有节目部门重新制作或传输。

3.2 自动技审

备播系统配置了自动技审服务器，这种配置既可减少相关人员的工作量，又保证系统的流程自动化。自动技审对从外系统接收到的待播节目文件，自动进行技术指标审核。审核的主要内容包括视频中的静帧、黑场和彩条，音频中过高、过低和静音等项目。这样即可保证节目文件的音视频技术质量，同时为人工复检提供参考依据。

3.3 人工复检和人工审看

对于自动技审结果未合格的节目，系统自动生成人工审核任务，技术人员可根据自动技审的结果对故障点进行人工确认。如果确认无误，则允许进行播出。如果确实存在文件问题，则需要重新传输或上载。

3.4 播出监测

播出监测是构建安全播出的重要辅助手段。通过监测播出系统环境及软硬件的运行情况，判断系统状态是否正常。当设备或信号出现问题时，快速定位故障的位置和类型，并通过相关的声光图文实时报警展现，帮助技术人员快速响应、正确处理，提高播出应急的效率。

4. 播出域的接口规范

为保证播出系统能够在不与主干平台互联情况下仍能正常运行，对在播出域内的播出媒资、广告备播、导视宣传片制作三个系统做接口。在接口要求上：其一，满足与全业务支撑平台和基础网络平台的无缝衔接需求。其二，全程文件化的制作流程，谋求高效率。主要有以下接口关系：

播出系统与播出媒资接口关系：播出媒资根据播出串联单向播出系统提供系统内有的待播影视剧缩编素材文件和元数据。

播出系统与广告备播接口关系：广告备播系统将串编好的广告，打包成播出格式以文件形式提供给播出系统，包括文件和元数据。

播出系统与导视宣传片制作接口关系：导视制作系统负责卫视的导视宣传片制作，将制作好的成本提供给播出系统，包括文件和元数据。

5. 网络安全架构

（1）对主机、网络及安全设备进行身份鉴别认证，设置用户权限，防止非法访问；对操作系统和数据库系统的登录进行身份标识和鉴别，采用两种鉴别技术对管理用户进行身份鉴别，不同用户分配不同的用户名，确保用户名具有唯一性；启用登录失败处理功能，采取结束会话、限制非法登录次数和自动退出等措施；

（2）系统访问控制情况：应根据管理用户的角色分配权限，实现管理用户的权限分离，仅授予管理用户所需的最小权限；应对重要信息资源设置敏感标记；应依据安全策略严格控制用户对有敏感标记重要信息资源的操作。

（3）封闭不必要的外部数据接入端口（USB、光驱等），阻止通过这些端口安装非法软件；

（4）安装防病毒软件，配置 2 种以上杀毒软件，定期升级病毒库；做好操作系统补丁管理和更新；

（5）建设系统级或数据级灾难备份：建立灾难备份是为了确保重要信息系统的数据安全和关键业务可以持续服务，提高抵御灾难的能力。因此，需要建立重要数据的定期备份机制，每天夜里进行一次完整的数据备份，并拷贝到安全区域内。要确保播出业务的进行就必须提供良好的网络环境，必须有严格的安全保障手段。网络安全责任要落实，明确的安全管理员，制定信息系统维护手册、操作规范和应急预案等文件。

6. 结语

安徽广播电视台新播出系统上线运行以来，无论从文件化播出到网络安全，整个系统正常稳定，不仅完成了安徽卫视高清、标清及相关地面频道节目的播出任务，且系统的安全性、实用性、稳定性和可靠性满足相关设计要求，为安徽广播电视台各频道的安全播出提供了良好的技术支撑。媒

参考文献

[1] 王兆中，柴佳杰 . 安徽广播电视台新中心电视播总控系统设计 [J]. 西部广播电视， 2013（2）：42-45.

（作者单位：安徽广播电视台播控中心）

新媒体技术对传统媒体公信力的影响

摘　要：公信力是媒体在现代社会生存的必要条件，现代新媒体技术出现对传统媒体公信力造成一定程度的冲击。新媒体不仅弱化了传统媒体“把关人”角色并且对传统媒体的经营造成挑战。本文通过对新媒体技术进行简要介绍，对新媒体的技术内涵以及优势进行充分了解，分析新媒体对传统媒体造成公信力影响的原因，针对性提出传统媒体提升公信力途径，为当前传统媒体提供一些解决方法。

关键词：新媒体；传统媒体；公信力
中图分类号：G301　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-105-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.043

文 / 崔梦月

1. 新媒体技术的基本含义

新媒体相对于传统媒体使用了新的媒介，在判断新媒体与传统媒体时不只是简单的时间先后，它还包含了管理理念与管理技术的先进程度。事物在不断的发展变化，新媒体只是媒体行业正常的发展变化，新媒体的出现属于正常的新旧事物更迭。媒体行业在时代的发展过程中，始终处于先锋地位，因此新媒体的出现更加频繁。新媒体的发展始终与科技和媒体进行结合，它是媒体市场的发展方向和时代潮流趋势，更是基于现代信息技术出现的媒体形态。在一定意义上新媒体技术和新媒体可以当作同一概念。目前新媒体主要包含：广播媒体、平面媒体、移动媒体、网络媒体等等。

随着现代社会数字技术以及网络技术的应用发展不断成熟，新媒体已经成为当前非常重要的组成部分。从目前市场的分析看，新媒体在当前时代产值不断上升，在整个行业中，网络媒体以及移动媒体是增长的重要部分。数字技术是实现新媒体技术发展的基础，由于数字技术的不断发展，应用不断拓宽才能实现手机、电视等设备联网使用，因此数字化是新媒体技术发展的基础，也是新媒体发展过程中的技术支持。正是由于这一点新媒体技术也被人们称为数字新媒体。

1.1 新媒体技术的特点

1.1.1 储存大量信息

时代的发展使得新媒体的出现频率加快，新媒体在现代社会具有信息储存量大的特点，储存方式相对于传统媒体有很大的优势，使得新媒体在出现之后，市场份额一直处于不断提升的状态。传统媒体的储存方式主要是以纸张和书本作为储存载体，传统媒体的储存方式不仅容量小而且占据了大量的空间，并且传统媒体的储存的载体维护难度较大导致传统媒体在信息储存过程中储存成本过高。在信息爆炸的今天，明显不适应当前时代发展潮流。以数字技术为基础的新媒体储存空间可以无限的被扩宽，储存成本相对于传统媒体成本几乎可以忽略。正是因为新媒体的储存信息成本低，在互联网时代人们通过网络获取大量的信息，使得信息可以快速地跨越国界、社群、行业进行飞速的传播。新媒体使得传播的能力极大的增强。

1.1.2 快速便捷

新媒体传播主要通过网络进行，这使得新媒体的传播非常快速便捷，信息的传播效率得到极大提升。目前社会上绝大部分使用光纤作为联网线路，将信息转化为电信号并且以光的速度进行传播。通过网络，信息实现了及时传送和接收，相对于传统媒体极大的提升了信息的传送效率，而且还加快了信息异地的交流速率，减少信息传送时间，使得信息传播不受时间空间限制。新媒体的快速便捷使信息接收者可以及时地了解信息，了解当前的发展动态，通过网络可以方便及时地发表自己的意见。由于新媒体的发展使得信息在世界范围内的传播可以得到极快的提升，实现全球信息共享。

1.1.3 内容丰富、交融性强

新媒体在信息传播内容上与传统媒体相比更加丰富。它集文字、图像、语音等为一体，超越了传统媒体电视、报纸的传播媒介，融多种媒介于一身的新技术。而且通过手机可以实现信息的接收，手机不仅仅可以通过互联网接收新消息而且还可以通过手机拨打电话。交融性主要通过终端表现出来。手机不仅可以通过以上两点进行信息接收与电话拨打，与此同时通过手机还可以收听广播、看电视等，集多种媒体于一身。这些功能实现的主要途径就是通过互联网、通信网以及电视广播网。新媒体的出现打破了信息传播的地域、时间限制。阳光文化集团吴征说过：“相对于旧媒体，新媒体的第一个特点是它的消解力量——消解电视、广播、报纸、通信之间的边界，消解国家与国家之间、社群之间、产业之间边界，消解信息发送者与接收者之间的边界，等等。”

1.2 较高互动性

新媒体与传统媒体主要区别就是具有较高的互动性，这一点是区别于传统媒介的独有特点。由于传统媒体的传播主要就是单向流通而没有逆向交流，新媒体的出现使得逆向交流变成了现实。通过新媒体不仅可以接收信息而且还可以逆向流通，使得信息在流通过程中更具个性化，增加了信息流通的互动性，极大地提升了信息的流通速率。新媒体的出现使得信息可以同时送达到不同人的手中，使得信息不论是参与者还是旁观者都可以对信息进行接收并且可以对信息进行逆向的评价。信息接受者可以通过新媒体技术对信息进行交流发表自身的看法而且通过信息的发表可以自由地进行自己意见的发表，信息接受者可以自由地进行交流时间选择内容以及方式。由于新媒体技术的发展使得传统媒体发表的信息可以得到接受群体的交流，使得传统媒体的公信力得到一定程度的监督。

2. 新媒体对传统媒体公信力影响方面

2.1 “把关人”作用受到冲击

新媒体时代，各行各业的人都可以参与到信息的创造与传播过程中，每个人都可以成为信息的接受者与传播者。人们可以通过网络在新闻组、一些网络论坛以及贴吧发表自己的观点与看法，根据自身需要进行信息的获取。在新媒体发展迅速的今天，新闻的获取不再是记者独有的权利。新媒体技术的不断发展使得人们对信息的需求不断提升，而且对于信息的时效性有极高的要求。博客技术的广泛应用使得信息传播方式得到极大的提升。

2.2 多渠道信息传播降低传统媒体公信力

通信技术与网络技术的不断发展，使信息受众的信息接收渠道得到极大的丰富，对传统媒体传播媒介的依赖性降低，由于对传统媒体依赖性降低使得媒介的公信力进一步下降。犹如上世纪五六十年代，电视的出现导致报纸的公信力出现了明显的下降、上世纪九十年代网络技术的发展，互联网成为信息主要流通方式，这就导致了电视的公信力出现下降。根据美国三大电视系统在黄金时段的收视率随着时间的不断推移出现下降的趋势，说明电视的公信力正在不断降低。

新媒体的市场渗透率不断提升，根据相关资料显示我国35岁以下的年轻人基本没有阅读报纸的习惯，人们了解当前信息的渠道是多种多样的。如2008年的汶川地震，人们有的通过电视了解灾区信息，有的是通过贴吧、论坛等渠道对地震信息进行了解。QQ成为地震发生后网友互致平安、对灾区信息传递的一个较为重要的信息传播平台，很多电视台的记者第一时间通过QQ来报道灾区情况。根据一份调查报告显示：当前大学生使用频率较高的媒介依次是网络、电视、广播。由于互联网时代的不断发展使得网络成为当前信息主要获取源。

根据上面实际情况，新媒体技术的发展不仅是改变了传统媒体“把关人”的角色，而且网络技术的不断发展使得传统媒体的公信力降低，传统媒体的接受群体不断的缩小，受众的信息渠道选择多元化，传统媒体的管理受到挑战，种种这些都直接影响传统媒体的公信力。

3. 新媒体背景下传统媒体如何重塑媒体公信力

在新媒介环境下，假新闻现象也在新闻界造成不良影响。新闻报道的事实情况属实，是新闻工作者在进行新闻报道时应当恪守的基本原则之一。在提供已知信息时，让受众清楚知道结论的来源。这一点表现的是事情真相，新闻工作者对真相的在意，在媒体进行真假断言之前需要进行慎思明辨的过程，不随意猜测事情，在新闻报道时不过多的加入自身感情色彩。加大新闻透明度有助于新闻媒体在新时代潮流中占据原有地位，增加新闻工作者受监督渠道，这一点会成为对抗虚假信息和欺骗受众的第一防线。可以说透明性原则的建立是媒体建立公信力不可或缺的重要部分。

4. 总结

本文通过对新媒体的内涵以及现阶段得到发展的主要原因进行叙述，使得传统媒体人对新媒体有进一步的认识，传统媒体公信力不断下降主要是因为受众的信息接受渠道多样化，信息储存成本较低等等原因。传统媒体需要进行一定的变革才能适应当前时代的发展。本文最后为传统媒体如何重树公信力提供一些意见参考。信息社会的今天，只有不断地适应时代发展潮流，对自身进行一定程度的变革才能在之后变革中得到极大的发展。媒

参考文献

[1] 张洪忠 . 大众媒介公信力理论研究 . 人民出版社，2006 .

[2] 喻国明 . 新媒体究竟在改变着什么？新闻与传播，2006（6）.

[3] 中国互联网络信息中心 . 第 32 次中国互联网络发展状况调查统计报告 .

[4] 邱林川，陈韬文 . 新媒体事件研究 [M]. 北京：中国人民大学出版社，2011.

（作者单位：国家新闻出版广电总局二九二台）

试论在新闻制作中如何提高剪辑质量

摘　要：本文从新闻剪辑概述入手，发现及总结当前新闻剪辑中存在的问题，并简要介绍新闻制作中剪辑技巧应用，旨在提升剪辑质量，从而促进新闻行业的进一步发展。

关键词：新闻制作；剪辑；技巧
中图分类号：G229.24　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-107-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.044

文 / 何　燕

剪辑（Film Editing），即将影片及声音等素材进行甄选，并将其进行组合和连接，从而形成连贯的影片[1]。在新闻制作中，剪辑是最为重要的一个环节，从某种意义上讲，剪辑就是对新闻节目的编辑和整理。通过良好的剪辑，能够使新闻节目更为流畅，也能凸显新闻节目的主旨，也就是说，剪辑工作直接影响新闻制作的最终质量。因此，新闻制作应重视剪辑工作方法及技巧，从而提升新闻节目质量。

1. 新闻剪辑概述

新闻剪辑，即将新闻采访所形成的视频和音频重新分解，根据新闻的实际情况拼接在一起，最后形成一部完整的新闻作品，这一过程被称之为新闻剪辑。新闻剪辑是新闻制作环节中的重中之重，通过各种先进的新闻剪辑技术，能够凸显出新闻的主旨，提高新闻制作质量。电视新闻是党和国家的喉舌，肩负着舆论引导的重大使命，新闻剪辑人员必须具备正确的新闻剪辑意识[2]。一方面，新闻制作向广大人民群众解读党和国家的方针政策及法律法规；另一方面，新闻制作将人民群众的切实需求反映给国家相关部门，这种桥梁与纽带的关系，是新闻制作最为重要的作用。因此，电视制作剪辑人员需要保持清醒的头脑，从而认清身上的责任，将真实的新闻节目带给广大人民群众。

2. 新闻剪辑中存在的问题

电视新闻的形式和种类较为单一，因此其剪辑方法和技术呈现出传统性特征，部分电视台在实际工作中没有进一步创新现有的剪辑方法，从而造成电视新闻内容和结构过于老套，无法吸引年轻受众。尤其是民生相关的新闻，过于老旧的剪辑手段无法表现出电视节目效果，使受众在理解上产生偏差，导致受众对节目丧失兴趣，降低电视新闻节目收视率。另外，凸显新闻节目主旨是剪辑工作的首要任务，缺乏必要的剪辑意识导致新闻节目主体含义不明显，各种新闻素材之间缺少必要的连贯性，这种乏味的新闻节目严重影响电视台发展。随着信息技术和计算机技术的广泛发展，各种新兴媒体对电视媒体的影响颇深，网络中存在数以亿计的新闻信息，使受众拥有更多的选择。因此，传统电视媒体的影响范围和影响力度逐渐降低，新闻节目更是如此，自媒体、新闻门户网站、视频网站都在吸引着原本的新闻受众[3]，此时新闻剪辑工作更为重要，如若新闻剪辑人员不能够及时更新自身剪辑技能，会进一步丧失新闻节目受众。所以，电视台必须要重视新闻剪辑工作，从而提升电视新闻节目吸引力。

3. 新闻制作中剪辑技巧应用

3.1 结合新闻风格进行剪辑

剪辑是确定新闻风格的首要工作，剪辑人员应根据新闻的实际情况和类型来确定新闻风格，在充分了解新闻素材的基础之上，形成基本的剪辑风格和思路，并将这种剪辑风格从头至尾贯穿到整个新闻节目之中，保障新闻节目的完整性，从而更好地体现新闻主旨[4]。例如，政治新闻节目中，政治性是节目的主体风格，剪辑应重视整个节目的权威性；民生新闻节目则需要贴近人民群众的实际生活，其主体风格特征具备生活性；娱乐新闻节目应以新奇性为主体特征和风格，在剪辑中充分利用受众的好奇心，进而激发受众继续收看的欲望。

3.2 重视开头结尾剪辑质量

在整个新闻节目中，开头是最为重要的环节，也是受众对新闻节目的首要感知环节，精彩的新闻开头能够最大程度提升新闻收视率。因此，剪辑人员应重视新闻开头剪辑质量，在新闻第一个镜头处要吸引观众的注意力，从而为新闻增添魅力。新闻的开头应截取所有素材中信息量最大的部分，也就是所谓的“新闻点”[5]，通过新闻点来为受众留下深刻的第一印象。另外，结尾也是新闻十分重要的环节，在结尾处，注意避免虎头蛇尾的情况，应对整个新闻内容加以总结，同时重现新闻中的关键环节，升华新闻主旨，进一步加深新闻对受众的影响。与此同时，新闻镜头的长短也需要严格把控，镜头太长会令新闻产生沉闷和乏味的感觉，无法激发受众继

续观看的欲望；而镜头过短则会使新闻的跳跃性增强，给受众眼花缭乱的感觉。因此，在剪辑过程中，应重视新闻节目各个镜头长短的选择，使新闻镜头长短适宜，把握新闻整体节奏和韵律，进而提升新闻节目的视觉效果。

3.3 合理应用字幕及同期声

字幕是电视新闻制作中的必备因素，字幕一方面能够补充新闻节目画面和声音中的不足，另一方面也能将新闻画面中无法体现出的信息传递出来，一般情况下，字幕的应用方式有以下几个方面。其一，唱词类字幕，在新闻节目中，难免会出现人物访谈及采访或是戏曲歌唱环节，这些表现形式中，人物话语和唱词的清晰程度不能得以保障，同时各地区方言及戏曲变音会造成受众无法了解其中的含义，这时候需要利用字幕来帮助受众理解其中的内容，这种字幕形式被称之为唱词类字幕。其二，纠偏类字幕，在实际新闻节目剪辑过程中，新闻素材在拍摄时可能会存在一定的问题或瑕疵，如果瑕疵比较小且不明显，可以利用字幕来将其遮挡或调整[6]。例如，新闻素材的画面结构不均衡，可在画面显轻处添加字幕；素材画面光线较暗，也添加较为明亮或颜色较浅的字幕等等。总之，纠偏类字幕是对新闻素材的一种优化和完善，从而使新闻画面更加协调。其三，标注类字幕，此类字幕的作用一般用来解释和阐述画面信息，通过标注类字幕，能够说明画面中无法被直观了解的信息，从而帮助受众更好地了解电视新闻画面内容。

同期声是指新闻素材在拍摄时现场的真实声音。同期声在新闻节目中的运用十分常见，同期声能够改变新闻节目单调乏味的画面，同时，同期声比新闻主持人后期解说和记者转述要更为真实和客观，感染力更强。在剪辑过程中，应在条件允许的情况下尽量选择同期声配音，从而丰富新闻节目所传达的信息，为新闻节目增色。

3.4 遵守镜头画面间的组接

电视新闻镜头组接是保障新闻连贯性的重要因素，在进行镜头组接时，应重视电视新闻节目的节奏，根据新闻的主体风格来灵活运用各种组接技巧，从而提升新闻节目的感染力。通常情况下，镜头画面组接包括如下两种方法。

第一，叠化技巧。叠化技巧是将两个镜头画面相互叠加，从而使两个镜头顺利连接[7]。叠化一般是前一个镜头逐渐消失，而后一个镜头逐渐出现，因此，这种方法也被称之为淡入淡出，即通过镜头 A 的淡出而显现出镜头 B。在新闻剪辑中，如果两个镜头画面无法连接顺畅，就会运用叠化技巧，通常情况下叠化有以下集中应用方式：其一，时间叠化，为了体现出电视新闻节目的时间转换，会利用叠化来完成时间的消逝；其二，空间叠化，在新闻节目中，由于空间发生了变化，直接进行会使新闻节目受众产生过分突兀的感觉，通过叠化技巧能够有效避免这一问题；其三，景物叠化，在一些新闻电视节目中，为了表现出景物的复杂和种类繁多，利用叠化能实现一种琳琅满目的视觉感受；其四，想象叠化，如若新闻节目中需要体现出梦境、幻想及回忆等效果，可运用叠化技巧来与其他环节相互区别，从而提升电视新闻节目的感染力。除此之外，在叠化技巧基础之上，可将画面连接处进行静帧处理。这种静帧处理经常出现在新闻段落转换之处，在两个镜头之间，上一个镜头的最后一帧通过静帧处理，使受众在观看时产生停顿，最后一帧会停留在受众的脑中，再出现下一个镜头，受众会清晰感觉到两个镜头之间的差异，从而更好接受不同段落之间的衔接。

第二，静动组接技巧。所谓静动组接，就是将静态画面与静态画面之间相互组接，而动态画面则需与动态画面组接。这种组接方式能够保障新闻节目的流畅性和协调性，从而避免受众出现视觉错位及冲击的感觉，这也是防止画面“跳轴”的重要方法，实现新闻节目组接处淡化效果。

4. 结束语

综上所述，新闻剪辑工作综合性和整体性极强，同时对新闻整体效果存在重要影响。因此，必须重视新闻剪辑工作，不断创新和改良现有剪辑技巧，从而发挥出剪辑应有的功能与作用，为广大人民群众创作更多优质的新闻节目。媒

参考文献

[1] 刘小菊 . 电视台新闻剪辑工作的技巧探讨 [J]. 今传媒（学术版），2015（12）：126-127.

[2] 杨明 . 在新闻制作中如何提高剪辑质量 [J]. 新媒体研究，2016（3）：109-110.

[3] 张晓菲 . 电视新闻剪辑常见的问题及应用技巧探讨 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（5）：212-213.

[4] 赵冬冬，李冠华 . 电视台新闻剪辑工作的技巧探讨 [J]. 西部广播电视，2016（12）：180.

[5] 石博宇 . 浅析视频剪辑在新闻传播中的运用 [J]. 大众文艺，2016（15）：205.

[6] 克力奇·穆沙巴依夫 . 事件性电视新闻写作与剪辑应讲求内在逻辑性 [J]. 新闻研究导刊，2015（9）：68-70.

[7] 于晓雯 . 新闻拍摄中如何植入剪辑意识的探讨 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（5）：214，251.

（作者单位：内蒙古阿拉善右旗广播电视台）

论广播电视安全播出的重要性

摘　要：现代社会的发展中，信息传播的主要途径包括了网络、报纸、电视等媒介。在这几种媒介中，电视作为信息传播的一个重要传播方式，在信息传播中所起的作用是重大的。近年来随着科技水平的不断提升，广播电视在技术上也进行了相应的提升，但是在电视播放过程中播出安全是需要我们重点关注的。只有在保证了广播电视在播放过程中处于一个安全稳定的状态，才可以使信息做到高效的传播。本文所讲述的是，广播电视在播出节目过程中对于信息传播存在哪些重要的意义，并且深度挖掘了安全进行电视广播的方式。

关键词：广播电视 ；安全播出； 重要性
中图分类号：G220.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-109-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.045

文 / 张孙芝

广播电视节目作为我国民众获取信息的一个重要途径，其所承载着的意义是重大的。只有在稳定高效的广播电视播出环境下才能够保证民众通过电视可以快速地接收消息。所以在民众通过广播电视接收信息的过程中，创建一个良好的环境，保证信息传播过程中不会受到外界因素的干扰，确保整个信息传播过程中的安全是我们当下信息庞大的情况下，必然要做好的一件事。

1. 广播电视安全播出的重要意义

1.1 保证电视声画质量

广播电视作为一种直观地进行信息传递的媒介，其主要的信息传递方式就是通过广播电视的声音和画面进行展示，只有在这两个条件都完全能够满足观众的需要时，观众才能够真正地通过广播电视获取需要的信息。但是就目前的情况来说，针对观众在观看广播电视中主要出现的问题也正是由这两个信息传播途径出现的。在广播电视的声画传播过程中质量的好坏主要是由两方面决定的，一方面是播放广播电视的载体质量好坏，另一方面就是广播电视台的传递信号质量程度好坏。只有将这两个能够影响到广播电视的声画质量因素都得到保证后，广播电视的安全播出问题也才可以很好的解决。

1.2 引导观众正确的方向

电视节目的播出是为了能够向观众展示信息的，所以其对于观众往往是起到引导作用的。可能成年人会因为电视节目中的信息而潜移默化的去进行模仿，小孩子在电视节目影响下更会直接进行模仿。所以这就要求了电视节目的内容必须要是积极向上的，切勿存在低俗、消极等负面的影响因素在内。而好的电视节目时可以控制社会舆论的一个发展方向的，譬如说当汶川地震时，我们可以采取实时追踪报道这样的方式，一方面缓解灾区人民的紧张情绪，另一方面也可以积极地响应国家的“一方有难，八方救援”的口号。所以在这个过程中广播电视所起到的作用是特别重要的，而根据调查发现，广播电视的安全播出能够在很大程度上影响到电视节目指引正确方向的效果，所以对于广播电视的安全我们仍然需要进一步的提升，以此为前提，促进整个广播电视蓬勃发展。

1.3 正确党政思想的引导

电视节目除了能够对当前的信息数据进行传递，更是能够让观众通过电视走出国门走向世界，更多地了解当下世界的格局，重大事件的发生等。而我国作为共产党领导下的快速发展的社会体制，很多时候我们没有办法去了解作为公民需要做那些事情，需要注意哪些事情。往往很多的人都因为一些不法分子所散布的谣言而对我党而产生了一些不正确的认识。所以广播电视还能够起到党和人民之间的一个沟通桥梁，让民众能够在第一时间了解到党对于当下社会发展所做出的指示，让民众能够真正地了解到党是在时时刻刻对我们整个社会的发展做着无私的奉献。国家更是要通过广播电视来向社会民众讲述我国政策，帮助我国人民能够充分地在政策帮助下，先严于利己，再通过政策达到推进社会发展的目的。而这一切的前提都是广播电视的播出能够在安全的环境下进行播出。

1.4 促进检测技术发展

因为现在信息的数量是非常庞大的，想要在数据传播过程中除了要对信息的传输过程进行提升外，更为主要的是确保信息的内容真实性和有效性方面做更深一步的提升。而目前我国所采取的信息检测技术已经脱离了传统的技术手段，改为了运用自动化检测技术进行检测的工作。所以在这种条

件的制约下，我们如果想要对广播电视传播效果得到有效的提升，就需要对庞大信息下的检测技术同样进行提升，只有这样，才能够确保政府通过电视节目可以及时地把政策信息传达给社会民众。

2. 如何安全的进行播出

2.1 加强基础设施的建设

想要让广播电视得到真正的保护，首先要做到的就是将广播电视所用到的基础设施全面进行升级。在对于广播电视的基础设施上我们在这里对需要进行重点建设的设施分为三个模块。首先想要让广播电视能够更好地服务于民众，就需要和当地政府进行积极的沟通，只有在政府的大力支持下，广播电视才能够更好的发展。我们所需要做到的就是让地方政府能够以城市建设、社会发展都需要通过广播电视来进行更好的建设为核心思想，让政府领导对于电视台的重视程度彻底进行改变。第二点，我们在对电视台的升级过程中，在政府的积极帮助下，应该采用更高端、更先进的技术来进行传统设施的全面提升。通过让员工在多方面的统筹，解决电视台发展所要面对的经济压力。第三点就是应该将原有的基础设施尤其是负责信号传输的设备、线路进行彻底的改善，用最先进的材料来做传输的媒介，同时电视台应该针对紧急的停电现象建立备用的输电通道，确保电视台能够在外界环境干扰的情况下，尽最大的可能保证其自身的职责。

2.2 科学的使用电视播出技术

在确保了广播电视的播出设备有了保证之后，接下来需要考虑的问题就是该如何通过科学的手段，通过使用电视播出技术来进行广播电视质量的保证。在进行电视播出技术的使用过程中，首先应该做的工作是将广播电视播出的先进设备进行良好的构建，只有在清楚地了解了每一个播放设备的用处后，加以良好的衔接最终才可以让设备稳定地进行电视的播出工作。其次，在使用设备的过程中我们还应该注意到的一个问题就是播出设备在工作状态下可能会因为一些客观因素而导致设备的不稳定。这也对广播电视的播出效果会产生很大的影响。所以想要让节目的播出过程不会出现意外，就需要对播出设备的稳定性进行提升，对于不稳定环境所带来的影响，进行提前的预判，以提升抗风险能力。最终保证广播电视的播出能够满足于千家万户的观看需求。

2.3 提升人员素养

想要让广播电视能够迅速的发展平稳的提升，最好的办法就是将整个广播电视中负责控制作用的人员进行素养的提升。因为机器是一种工具，所以工具的好坏并不能够完全的确定广播电视的播出结果。更多影响到播出效果的因素是从事与广播电视工作人员的素养。所以我们一定要先保证参与到广播电视工作中的工作人员一定要有着愿意以建设更好的广播电视为目的进行挑选和培训。在此基础上我们需要做的工作就是对参与到电视广播的工作人员进行专业技术的提升，适当地增加工作人员的培训，确保其掌握最先进的广播电视技术，在掌握了先进的广播电视技术后工作人员应该及时地对所学的专业知识进行消化，快速地总结出自己的工作方法。并将自己所总结的工作方法运用到工作之中，确保一切的学习都能够成为帮助自己更好工作的一种方式。在专业的文化培训中心，我们也一定要注重对其思想境界的提升，落实我党的先进政策，使得每一位广播电视工作人员的德才兼备，在社会中树立一个良好的形象。

2.4 健全安全播出制度

根据目前的电视节目播出我们会发现一个很明显的问题就是，广播电视在播放过程中往往存在一定的杂乱无章现象，所以对此广播电视的策划人员应该就播放内容进行进一步的整理，使得整个节目的播出过程有章可循。针对于看守节目播出机房的人员一定要制定好严格的值机制度，对于所有播出设备为了防止其出现的播出事故应该提前进行设备维护，维护周期应该视机器的使用频率来进行制定。最后当出现了外界的干扰或破坏问题出现时，应该提前准备好备用设备或者是设备快速转移方案，针对于出现的停电事故应该对设备提前准备好备用电源以保证电视的正常播放。

3. 总结

广播电视的安全播出是一项非常综合性的问题，对于广播电视的整体能力提升有着很大的帮助作用，所以我们应该在今后的广播电视提升工作中以增强安全为前提，对于提升工作进行多方面的思考，找到正确而又有效的途径。媒

参考文献

[1] 和方芳．广播电视无线发射与安全播出分析 [J]. 西部广播电视，2016（24）：229，232.

[2] 陈俊燕．广播电视安全播出技术的发展与展望 [J]. 西部广播电视，2016（04）：157.

[3] 崔洪伟．广播电视安全播出技术维护及处理 [J]. 现代农业，2017（05）：112.

（作者单位：云南普洱电视台）

新媒体时代广电编辑素质提升与业务创新

摘　要：随着网络技术和信息化程度的深入发展，信息的传播方式和渠道发生很大转变，对新闻的时效性要求越来越高。在新媒体背景下，传统广播电视行业要想在激烈的市场竞争中得到发展，必须寻求创新之路，突破传统运营观念的束缚和限制，在新时代实现编辑素质不断提升和业务种类的创新，为广大观众群体提供更多有价值的新闻。

关键词：新媒体时代；广电编辑素质；业务创新

中图分类号：G237　　中图分类号：A

文章编号：1671-0134（2017）10-111-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.046

文 / 马春荣

引言

编辑是传统广播电视新闻团队发展中的重要组成部分，在过去很长一段时间里，甚至是未来的新闻创造过程中，都发挥着不可替代的作用和价值。但事物的发展规律不是一成不变的，而是应该随着时代的发展与时俱进、与时代产生强烈的呼应，才能支撑新闻行业走得更远、更长久。传统的广播电视编辑具备的职业素质包括扎实的政治素养和服务理念，具备深邃的洞察力和精准的判断力，具备一定的社会交往能力和超强的艺术鉴赏能力，这样才能在新闻采集和制作过程中更加顺利的完成采访和编辑任务，才能保证制作出来的广播电视节目能够最大程度吸引受众关注，满足人们对节目的艺术欣赏和审美需求。新媒体时代除了要求广电编辑具备以上所有职业素质以外，结合时代发展需求和特点，对其提出新的要求，广电事业的发展只有以编辑素质提升和业务创新等多途径发展，才能不被时代所淘汰。

1. 新媒体时代广电编辑存在的问题

随着市场经济体制的逐渐完善和市场环境的健全，各行各业之间的竞争日益激烈，为了适应市场竞争环境，广电机构对编辑进行调整、更新和培训，以便帮助广电编辑及时提高自身综合素质。在新媒体时代迅速发展的压力下，广电机构通过一系列活动虽然取得一定提升效果，却依然存在很多问题。其一，受到政治思想的影响，不少广电编辑在制作电视节目时，习惯性将新闻内容与政治紧密结合，缺乏对政治思想、相关政策宣传的正确认识，不仅不能起到很好的宣传效果，反而让观众对这一类的节目产生逆反心理，导致整个节目制作的失败。其二，有些编辑为了制造很强的节目效果，有意在节目制作过程中夸大其词、过于浮夸的表现形式让整个节目看起来就像小丑演戏，不仅不能为观众带来准确的新闻信息，而且还会降低整个节目的质量和口碑，严重的还会影响整个电视台的声誉和形象。其三，部分编辑片面的认为，现有的知识足以创造出满足观众需求的新闻节目，殊不知，目前掌握的知识远远不足以跟上时代的发展要求，也就不能满足受众需求了。其四，不少广电编辑缺乏发挥自身联想和想象的能力，不能在短时间内完成语言组织和新闻编写任务，难以准确把握新闻内容的价值性，不能充分挖掘新闻的内在含义，就会造成新闻资源的浪费。基于以上几点是很多广电机构的编辑存在的问题，而这些问题正是阻碍广电事业进一步发展的关键因素，也是广电编辑与新媒体编辑在职业素质水平上的区别。互联网的快速发展，新闻传播手段和技术水平都得到了很大提升，需要掌握的知识也在不断增加。因此，需要加强对广电编辑的技能水平及职业素养，强化培训力度及自身知识结构意识，从而为广电事业的发展提供源源不断的动力。

2. 新媒体时代广电事业遭受的冲击

在互联网媒体和自媒体为代表的新媒体迅速发展的市场环境中，很多广电机构由于自身没有意识到创新转型的重要性而遭受市场的冲击程度很大，很多优秀的年轻人被新媒体市场吸引，而很少有年轻人投入传统广电机构，这就使得广电事业的发展缺乏后续继承力量。新媒体究竟是如何在短时间吸引大量受众的，通过分析新媒体节目的种类和内容，有以下几点：新媒体节目来源于受众自制栏目，包括自拍和分享的短视频，这类节目主要是通过抓住观众的好奇心提高节目收视率；节目来源于专业团队针对特殊用户打造的节目，这些节目有很多是广电不能提供的，观众可以随时进行观看，满足观众的特殊需求等；节目来源于传统电视台打造的视频网站，通过购买电视节目和综艺节目，只以网络播放的方式呈现在观众面前。

从广播的兴起到电视台的发展，从电视到网络再到移动媒体的兴起，新闻传播媒介正在不断创新，都证明了时代发展促进新兴事物的衍生，人们的关注点和欣赏习惯会随着时代的发展而逐渐发生概念，新媒体就是抓住了这个特点而迅速崛起。给传统广电机构事业发展带来的冲击包括：首先是来自网络平台的冲击。网络渠道传播新闻的速度比电视、广播、报纸等传统媒体的新闻传播速度快很多，而受众可以通

过手机等终端设备不受时间、地点的限制查看新闻内容，基于这样的传播途径和速度的变化，很多受众都摒弃传统电视、广播、报纸得到新闻消息的方式，这就使得传统广电机构事业的发展受到打击。其次是来自平面媒体的冲击。通过广播和电视平台收看新闻和电视节目的观众是被动接受消息的，而报纸、电子版书籍等都是可以反复阅读和选择性阅读的，给予了观众更多选择权，无形中得到更多观众的支持。最后是来自自身技术水平的冲击。广电机构要发展、生存，就要与广告商合作，这就导致广播和电视节目中插入很多广告，影响观众观看效果和感受，并且很多处于地方保护主义的影响，人们收看的节目较少，在一定程度上抑制了广播电视技术的发展。

3. 新媒体时代广电编辑素质提升策略

3.1 培养新闻编辑整体把控的基本素质

在新媒体时代背景下，提升广电编辑素质就要从培养广电编辑对新闻编辑整体把控的基本素质抓起，广电编辑要把握新闻与新闻之间的内在联系，积极主动参与到节目制作的前期策划活动中，引导记者正确采集相关新闻内容，有利于自身对整个新闻内容的掌握和控制，整合各方面的优势资源，为观众呈现出最真实、最有价值的新闻内容，从而逐渐提高自身掌握的编辑知识水平、新闻编辑能力以及编辑技巧掌握能力等。

3.2 提升广电编辑的专业素质

在新媒体时代背景下，广电编辑不仅要具备传统广电编辑职业素养，还要具备新媒体编辑应有的职业素养。包括驾驭网络语言的能力，尤其是在进行政政新闻传播时，由于固有的话语方式和表达方法，使得观众感到难以理解。那么，广电编辑就要学会，运用通俗生动的语言将生硬的语言变得形象、直观，增强新闻的感染力和影响力，使得观众乐于观看经济和政治类的新闻节目；培养自己复合与运用新知识的能力，在新媒体人才倍出时代，广电编辑只有具备更高的专业技能、积累更丰富的知识，才能为受众提供有用的、有价值的新闻信息；培养自己整合不同媒介资源的能力，广电编辑要学会高效的筛选新闻内容，从内容到形式上都要保证新闻的丰富性和价值性，综合运用各种制作、编辑、特效处理等方法是新闻表达形式更具冲击力；培养自己运用新媒体技术的能力，积极学习和掌握网络新知识、钻研新媒体业务和新技能，更新知识储备内容等；培养数据挖掘与处理能力，新媒体时代媒体运营和新闻实践等离不开数据挖掘，信息整合力是新闻传播影响力扩大的基本保障；广电编辑要提升自己互动与营销能力，广电编辑参与到互动环节时不仅能够保证新闻传播的长时间热度和参与广泛度，而且大大提高了用户体验度和用户黏性。

4. 新媒体时代广电业务创新路径

4.1 积极促进与新媒体的融合发展

传统广电机构主动与互联网互动、积极促进与新媒体的融合发展，是广电业务创新的基本途径之一，对于广电机构而言要合理组织和利用广播电台的新闻资源，借助网络平台和人力资源进行新闻传播。广电与新媒体之间的融合发展就是要促进双方信息资源的共享，并整合各自的人力、设备、新闻渠道等资源，在广播电台、网络以及手机终端设备上的一次性多次传播，充分发挥一项新闻内容的价值，促进新闻的传播并提高自身竞争力。通过融合发展的方式创新广电业务，是广电机构寻求新发展道路的出口，也是新媒体长久发展的必经之路。

4.2 主动参与节目策划

传统广电编辑人员的主要工作是完成新闻的深度加工，使得传播效果发挥到最好。随着新媒体的发展，已经很难做到新闻独家报道，广电编辑要想得到新闻传播的独有效果，就要学会从新闻的广度、深度或报道角度等方面进行创新，而实现这样的报道方式就要求广电编辑主动参与到节目策划过程中，为打造内容丰富、符合受众喜好需求、形式多彩的广播节目出谋划策，广电编辑要与各部门工作人员沟通，确定新闻报道的角度、热点、形式等，促进编辑新闻策划能力的提升和新闻节目创新水平不断提高。

5. 结语

综上所述，本文从分析新媒体时代广电编辑存在的问题和新媒体时代广电事业遭受的冲击出发，探究存在问题和遭受冲击的本质，提出新媒体时代广电编辑素质提升策略和新媒体时代广电业务创新路径，以促进广电编辑正确认识面临的外界环境和业务创新的必要性，并在新媒体不断发展和多种媒体融合的大背景下为传统广电事业的发展寻找出路，确保广播电视媒体的可持续发展。媒

参考文献

[1] 李峰 . 新的媒体发展环境下对新闻编辑记者素质的要求 [J]. 信息记录材料，2017，18（06）：125-126.

[2] 万思思 . 电视编辑的综合素质培养分析 [J]. 新媒体研究，2017，3（04）：151-152.

[3] 敖莲玲 . 新媒体环境下电视新闻编辑素质建设 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（04）：226.

[4] 铁凯宏 . 浅谈广电文艺编辑的素质 [J]. 新闻传播，2017，（03）：118+120.

[5] 何文光，刘李杰 . 试说新媒体编辑记者的能力要素 [J]. 军事记者，2016，（12）：43-44.

[6] 梁兵 . 提高广播电视编辑综合素质的措施探讨 [J]. 新媒体研究，2016，2（04）：121-122.

[7] 秦刚 . 广播电视编辑的综合素质提升策略分析 [J]. 视听，2015，（11）：81-82.

（作者单位：吉林省白山广播电视台）

电视新闻直播的可持续发展之路

摘　要：随着科技不断发展，电视新闻行业发展受到新媒介融合的影响，电视新闻直播面临着巨大的挑战。电视新闻直播在信息传播以及时事报道方面发挥着巨大的作用。在新形势下， 我国电视新闻直播的可持续发展值得新闻人深思。为了促进电视新闻直播发展，本文对我国电视新闻直播的可持续发展之路进行探索。

关键词： 电视新闻直播；现场直播；可持续发展
中图分类号： G222　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-113-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.047

文 / 陈文颂

电视新闻直播之所以得以长期发展，是因为本身的特殊性质决定的，这些本身存在的特殊性质可以使它不断地创新和变革技术，使广大群众都能够接受，这也是历史发展的必然。

1. 电视新闻直播的必然性

1.1 电视新闻对事件的动态展示与现场同步性

电视新闻的特点就是真实性和及时性，总能在最快的时间报道事实，电视是从现场发回的最新最全的报道，这也满足了很多观众的需求。随着科技的发展，电视直播的模式也在发生着变化，电视直播与通信卫星相结合，可以实现对新闻事件的最真实的报道，可以实现对新闻事件的及时报道，实现同步跟踪的模式。观众平时观看的新闻的每一个细节都是通信卫星捕捉的镜头，如果遇到大的事件，在镜头面前都会有专家进行解析，而且还有详解的资料，这样可以减少电视新闻分析不足的情况。

在 2003 年中央电视台对伊拉克战争进行报道时，这样的现场直播是对新闻动态最直接的报道，也是对新闻动态的最好的诠释。在伊拉克战争发动时期，战争爆发的那一刻，中央电视台第一频道、第九频道和第四频道都改变了原有的节目播出计划，都开始对伊拉克战争纷纷报道。央视一套的《中央电视台伊拉克战争特别报道》，四套的《关注伊拉克战争》都力图关注现场的战争场面，内容丰富，而且还有军事专家到演播室对战争进行解析，对伊拉克的战争进行预测，这样就满足了广大电视观众的好奇心。通过央视的调查数据显示，伊拉克战争当天央视的收视率已经突破历史新高，而且每天都在不断地增加。

近些年来，厦门电视台对于每年夏秋季频发的台风报道也采用了以电视新闻现场连线加专家解读以及观众互动环节的大直播模式，在整体收视表现上比较突出，直播大时段比平时该时段收视份额增长都在 10 倍以上。防抗台风特别报道的效果得到社会高度评价，也因此被市委市政府纳入整体防台应急预案。从台风生成、到移动过程、再到进入警戒风圈、直至启动应急响应和大时段直播，我们动用卫星、4G、光纤、微波、电话连线等各种技术手段，全方位、长时间的报道，明显减少了台风灾害带来的人员和财产损失，提升了社会整体防抗台风的能力。应该说，电视新闻直播手段的广泛应用功不可没，直播所带来的效果是非常明显的，所以我们要关注电视新闻直播。

1.2 事件发展的不可预知性

新闻的播报具有很多特征，其中不确定性是最大的特征，在重大的新闻事件中，播报具有很大的不确定性。这种不确定性也给新闻一种真实性，观众才会越来越关注电视。

美国发生 9・11 事件的时候，电视在播报新闻的时候都将所有的镜头对准了世贸大厦，镜头还捕捉到了世贸大厦倒塌的一瞬间，这种画面感十分强，观众在观看的时候仿佛身临其境，就像在事发现场一样。电视观众在目睹这一切的时候，心灵受到高度的震撼，对事态的发展也十分关注。偶尔会在电视上出现遇难者的画面，观众们也是十分的揪心，伴着遇难者家属的伤心，哭喊声，事发现场的汽车声音，这些画面都清晰地呈现在观众的眼前，在这种过程中，没有人能够预测接下来会发生什么，这种情况是最能够调动人的心弦的，在这种高度紧绷的状态下，人们注意力都高度集中，这也是电视直播的看点。这个事件的调查也表明了，在恐怖袭击的过程中，各个电视的收视率都直线上升，很多电视台的收视率都破了纪录，比以往的战争收视率都要高很多。

2. 电视新闻直播的现状以及存在的问题

2.1 直播选材不够精

虽然电视直播发展的十分快，但是也存在着很多的问题，其中最突出的问题是存在电视制作相对不够精细，画面不够清晰的现象。电视直播对制作和画面的要求很高。新闻事件呈现不同的形式，呈现出来的画面和传播效果也不相同，但是并不是一切的新闻事件都可以给观众呈现出来，很多节目和栏目都与新闻的形式相一致，电视直播的形式内容通常很新颖，因此容易挑选出好的内容，后者的内容多，不容易挑选，这样就导致电视新闻直播的效果不如预期的理想。例如，在某个地区进行宠物节，主持人应该对宠物仔细的挑选，对宠物进行详细的介绍。在这种情况下，新闻直播通常都是播放的新闻内容，宠物介绍的内容属于宣传的内容，很难取得

好的播放效果，播放的新闻通常都是取景拍照，而且要对人们爱护动物进行宣传，或者是向人们提供养宠物的经验等。

目前很多的电视直播都是采取现场直播，现场直播有很多优势，其中现场直播可以直接体现出电视媒体的优点，具有一定的优势所在，但是现实会有一些条件制约着，例如政策、技术和人员等条件的制约，很难充分地展示出直播的功能，直播的效果展示的也不明显。目前我国很多电视新闻直播并不是真正的直播，只是在宣传上说电视直播。

2.2 直播中的社会新闻与突发新闻比较少

通常在电视直播中很少有突发新闻，社会新闻也不多，所以人们更倾向于社会生活中获取经验，从实际生活中获得启示和启发，我国电视直播在这个方面还不完善。例如，在美国的加州地区出现的一个事件，一位小女孩掉进深深的管道中，对这件事情的报道中，电视台通常会在事发现场树立起天线，进行两天的不间断直播，一直到小女孩被解救出来直播才结束。在日本在对一起抢劫案进行直播时，直播了 4 个小时才抓到嫌疑犯，人们通过这些直播，这些真实的画面了解了社会，了解了社会发展的真实状况，这是社会展现的最真实的一面，这种事件的直播可以使社会不良风气减少，使人们认识到社会风气的现实状况，使新闻的收视率提高。

2.3 新闻直播技术落后， 使用新技术不充分

面对着日新月异，高速发展的通信技术手段，我国电视在在直播技术上存在着落后的情况，缺乏新技术和新设备，在传播手段上也不先进。对先进的科技和传播手段的研究与实际运用能力都显得不足，特别是电视新闻直播与新媒体之间还是结合得不够完美，需要进一步加强。新技术和新设备以及先进的传播手段之间需要更好的融合，例如目前广泛被应用的微博、微信等社交软件，这些软件都会增加新闻的传播效果。

3. 我国电视新闻直播的可持续发展之路

3.1 提升新闻工作者的直播选材能力

电视新闻通常在选题上有着很多的方法，同时也存在着争议和问题，要想让我过电视直播遵循着可持续发展需要提升电视新闻工作者对电视的选材能力，这是十分重要的。

一个新闻事件是否能够直播成功有着很多方面的因素，其中对直播素材的编辑能力十分重要。因此，在日常的播报中需要注重对素材的编辑和整理，新闻工作者需要具备敏锐的洞察力和观察能力，在平时的生活中注意观察周围的事物，对新闻有较强的敏感性，具备较强的新闻把控能力。在事发现场，新闻直播的信息较多，现场工作人员需要从众多的信息中快速的挑选出来重要的信息，这是直播的关键所在。目前大部分电视新闻直播都是播放紧急的事件，在紧急现场中，哪些信息是需要紧急播出的，哪些信息是需要整理和加工之后才能够播出的，这些都是需要新闻工作者把握的。

3.2 新闻直播中对于现场突发事件的处理能力提升

例如，在地震的发生之后，大部分的受灾群众都自发的转移了现场，在现场很容易发生偷窃事件，因此记者在报道中，要有选择的进行报道，如果走进的是当事人的家中，那么就不要直接报道，这样会给人留下心理阴影，要转换角度进行播报，而且要告诫居民保护好家中的物品，这样观众在收看节目时才能有希望。在新闻的直播中，新闻的工作人员在与公安人员联系之后才能够到直播间进行直播，镜头可以转换到公安的采访中，通过对群众的口头描述，得知现场的进展情况，这样防止发生躁动。在事发现场还可以对被盗者进行安慰，使人们的内心平静之后再播报，给犯罪分子以警示作用。

3.3 发展有特色的电视新闻直播

随着经济的发展和社会的进步，电视新闻媒体也取得较大的发展，电视媒体竞争特别激烈，在一件事情中，不同的媒体有不同的播报形式，播报的结果也不同。电视媒体不同，播报的能力也不同，每个人有着自己的倾向力，最主要的是直播能力。当发生一件事之后，直播效果最能够反映出电视媒体的实力，通过直播能力可以使电视新闻媒体在竞争中立于不败之地。在这件事中，很多媒体都纷纷报道，我们需要做的是提高媒体的播报能力，尽量地还原事发现场的动态。电视新闻的表现形式是多种多样的，与其他的媒体相比有很大的优势，尤其是在声音方面，通过视觉来吸引，这样可以提升电视新闻的直播能力。由此可见，电视新闻工作者应该从声音和画面提高质量。

4. 电视新闻直播的科技化

在新时代，我国已经进入了自由媒体时代，很多新技术和新手段都有着自身的优势和价值，尤其是对新闻现场的播报，在重大国际赛事的直播中，可以与卫星相连，还可以运用手机进行视频连线。除此之外，还可以利用微博和微信等同步直播，这样可以使直播的效果最大化。

总而言之，我国媒体发展的未来依靠电视的新闻直播能力，在电视行业竞争日益激烈的情况下，需要对电视题材进行精益求精，要求制作精良的电视节目呈现出来，对那些制作不够精良的节目需要及时裁撤，保证足够的人力和物力资源投入应用到电视新闻直播的精细化制作上来，提升电视新闻直播的能力，到这样才能够不断促进我国电视新闻行业的发展。此外，还应该提升我国的新闻工作者的能力，尤其是应对突发事件的能力，这样才能够将新闻事件播报更加有特色。

（作者单位：厦门广电集团新闻中心）

广电网络工程建设及验收容易出现的问题及对策

摘　要：现阶段我国的广电网络工程的建设发展比较迅速，施工技术水平以及管理水平的不断提高，对广电网络工程的发展起到了促进作用。但是在具体的建设以及验收工作中，由于受到一些因素的影响，还存在着诸多问题有待解决。本文主要就广电网络工程建设及验收的工作现状以及存在的问题加以详细分析，然后结合实际情况提出优化措施，希望通过此次研究，有助于实际问题的解决。

关键词：广电网络；建设施工；验收

中图分类号：TP399　　文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）10-115-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.048

文 / 屠杰挺

引言

时代的进步以及科学技术的升级，使得广电网络工程的建设发展水平得到了提高，建设验收工作是整个工程的质量保障重要环节，保障这些环节的质量才能有助于广电网络工程整体质量的有效控制。通过从理论层面深化研究广电网络工程建设和验收工作现状，能为解决实际问题提供相应参考依据。

1. 广电网络工程建设及验收的工作现状

从当前的广电网络工程建设验收的现状能够看到，由于工程的复杂度使得施工中的协调工作有很大难度。施工中的管道以及杆路线缆是传输覆盖的基本方法，而施工中这些资源比较缺少，干线施工分配网施工中，需要搭挂及敷设在其他产权方的基础设施上，这就对具体的施工增加了难度，无偿的使用这些资源是难以实现的，工程施工对资金的消耗量比较大[1]。具体的施工中工程和市政建设不同步的现象也比较突出，城市化建设涉及到诸多的单位部门，而广电网络的工程实施只能按照施工表进行，如果市政工程的建设由于受到各种因素发生变化，就必然会影响广电网络工程的继续施工。

广电网络工程的施工中，施工单位和其协调工作的一致性有着很大的差异。工程施工队比较少，施工人员对广电网络建设的技术规范很难全面的掌握，这就造成了施工不能严格地按照技术标准要求进行，在施工的工艺以及技术参数等方面和实际都有着很大差距，对整体的工程建设的质量有着很大影响[2]。再有就是广电网络工程的建设工程中，所需要设备也有着不确定，对设备的采购和应用的方式不同，就必然会使得物流的服务效率不同，有的物流的时间比较长，这就会造成工程施工的延期，影响整体工程的施工效率。

2. 广电网络工程建设及验收的工作中的问题

广电工程建设环节的工作中，还存在着诸多的问题，这些问题的存在直接影响广电网络工程的质量，主要问题有以下几个层面：

其一，广电网络工程施工工艺问题。广电网络的工程施工环节，涉及到诸多的施工内容，每项施工内容的质量控制就成为整体工程的质量保障基础。在施工工艺方面的竣工图纸和具体的施工又存在着不契合的现象，使得竣工的图纸和工程量以及线缆走向不能真实反映，这就必然会影响后续的广电网络的维护工作，并对实际工程结算造成很大的麻烦[3]。施工过程中的电缆以及光缆没有标识，有的在进行标识的时候存在着错误，这对网络的维护抢修工作的顺利进行就会产生阻碍。

其二，广电网络线缆施工工艺质量问题。广电网络线缆的施工质量直接影响其正常的网络应用，并对日后的线缆维修的工作效率也有着影响。从实际的线缆施工现状能看到，对线缆的预留位和数量没有和实际的要求相契合，在机房的房顶预留上百米线缆，有的是将预留线缆放在光机箱内，在接到跨路和房屋待建处却没有进行预留。再有就是跨路的线缆在进行高度的设计上没有满足实际应用要求，没有对引上线或者是引下线做好保护工作，这就对线缆的安全使用有着很大威胁[4]。在对电缆施工中的接头没有采用专用工具制作，比较容易出现脱落的现象。还有就是报验工程量中的光缆以及电缆等在数量上和实际有着差异，这些都会影响整体的工程质量。将尾纤作为尾缆进行应用，影响了使用的性能，对日后的维护工作增加了压力。

其三，广电网络工程施工安全问题。广电网络工程的施工建设过程中，安全问题突出，没有做好安全管理工作。一些施工中的线缆以及光接机和分支分配器等由于和电力线比较近，没有做好安全防范工作，有的线缆和电力线进行绑在一起，这一情形如果出现安全问题所带来的损失就比较严重。一些施工的工作人员安全意识比较薄弱，没有充分重视遵循安全管理制度和安全规范进行施工操作，这对工程的施工质量保障就有着很大的威胁。

广电网络工程的施工除了在建设过程中存在问题外，在竣工验收环节也同样存在着诸多的问题，这些问题依然会影响工程质量，主要验收工作的问题有几个层面：

第一，验收的资料不准确。广电网络的验收工作中，竣工资料的基本要求就是真实可靠，但是在实际的验收过程中，实际的竣工资料审核要进行反复的修改，一次通过审核的工程概率比较小，主要就是相关的数据不准确，工程在变更后没有及时进行数据的修改，使得施工物资以及资料的数据信息和实际不符[5]。进行资料传递的过程需要时间，没有在这一过程中提高效率，也造成了资料的数据准确性低，整体的工作效率比较低下。

第二，竣工资料编制的效率低下。实际的工程竣工资料的编制效率和报验的效果有着不小影响，实际工作中一些单位完工后才按照资料模板进行填写竣工资料，没有及时地按照施工的进度进行填写，造成资料编制的效率低下，资料的真实性得不到保证。有的工程变更在资料上没有及时反映，对最后的验收工作的顺利开展也产生了很大阻碍。施工单位对竣工资料的编制工作没有加强重视，造成出现诸多的质量问题。加上上报资料的时间相对比较紧迫，进行现场的实地验收就成为不可能之事。

第三，验收工作的流程不科学。广电网络工程的验收工作环节没有按照科学的流程进行验收，这样在一个环节出现了问题后，由于时间上的紧迫性就不能有效地按时完成作业，对整体工程的竣工时间以及投入使用就会产生影响。

3. 广电网络工程建设及验收的工作优化措施

为保证广电网络工程的建设及验收工作的质量，就要对每个环节的质量加强控制，采取科学的方法加以应用。笔者就保障其工作的质量，提出几点优化措施：

第一，保障广电网络工程的设计施工规范。广电网络工程建设以及验收工作涉及到的工作内容比较多，施工的环境也比较复杂，这就需要在工程设计方面能注重紧密的联系实地情况，注重对实地的考察工作，从而保障工程设计的质量。要注重明确工程施工设计的原则，设计过程中对光缆到小区的用户数量要明确，具体的路线走向以及敷设的方法要明确，能科学的保障信号的质量。设计中把光节点设计在合理位置以及安装信号放大器，提高广电网络的可靠性并要预留回传的功能。

第二，加强验收资料的完整性和准确度。广电网络工程的验收环节的工作开展，就要充分注重建立完善的工程竣工资料的管理制度，尤其是在细节的要求上要加以明确，加强对竣工资料的管理。通过多种形式加强宣传竣工资料管理的重要性，能够让全员认识到竣工资料的重要性。工程施工前的监理以及建设和设计等单位要审查承包单位的竣工资料编制措施，对编制资料的规范性要能保障，与此同时就要做好检查监督的工作，保障竣工资料的科学编制，这些措施的实施都有助于提高验收工作的效率。

第三，注重相关的政策法规的深入学习。广电网络工程建设和验收工作的开展，要符合相关的法规政策，广电网络公司从业者要对广电电视管理条例，以及设施保护条例的相关内容认真的研究，对其中的法规精神要能领悟，同时也要能向当地党政以及社会各界介绍广电网络社会属性以及公益性质，从而能更好地支持这一工程的建设施工。施工中要强化广电网络线路的巡护以及巡视工作的开展，及时和相关的部门进行协调沟通，并做好相应的预案，这样才能有助于工程的顺利施工。

第四，按照验收的标准进行操作。广电工程的验收工作环节，就要按照有线电视网络工程施工和验收的规范进行操作，将工程施工达到相应的设计标准，保障竣工验收的正常进行，促进网络工程顺利投入使用。在对工艺系统的测试验收方面做好安全工作，以及对竣工验收的归档资料全面完整真实的呈现。对工程整体的质量验收工作要妥善实施，其中的光缆传输网以及分配网的系统工程要进行系统测试，对各环节的质量都要能保证。

第五，注重相关工作人员的综合素质培养提高。广电网络工程的建设以及验收工作的开展，需要有专业人员作为支撑，不管是施工单位还是验收人员，都要从自身的专业素质提高方面加强重视，能够熟练地掌握相关技术，端正工作态度，提高资料的准确真实性等。这样才能有助于建设施工以及验收工作的顺利进行。

4. 结语

综上所述，广电网络工程的建设施工以及验收工作的开展是系统性的工作，需要对每个工作节点的质量加强控制，尤其是处在当前的发展改革阶段，各方面的改革工作都如火如荼地展开，保障广电网络工程的建设质量，才能更好地投入使用，只有在这些基础层面做好，才能保障广电网络的工程质量。通过从理论层面对其施工建设以及验收的现状问题的分析，提出几点措施，希望能有助于解决实际的问题，保障广电网络工程顺利投入使用。媒

参考文献

[1] 张海燕 . 新形势下广电网络技术发展分析及建议 [J]. 科技经济导刊 . 2017（21）.

[2] 王凯 . 共享经济模式下广电网络建设探究 [J]. 中国传媒科技 . 2017（07）.

[3] 邓维和 . 广电网络中电子技术的应用 [J]. 电子技术与软件工程 . 2017（16）.

[4] 李稚萱，吴桂峰 . 基于广电网络的社区互助平台设计浅析 [J]. 广播与电视技术 . 2017（04）.

[5] 秦兴龙 . 关于广电网络中密集波分复用系统的应用及维护研究 [J]. 数字技术与应用 .2017（02）.

（**作者单位：**浙江诸暨广播电视台）

浅谈泰兴广播电视台全媒体演播厅数字化改造

摘　要：演播厅是电视节目生产的重要组成部分，为了更好地适应新闻全媒体融合发展的要求，提高新闻节目的可视性、时效性、互动性，2016 年本台对原有的 200 平米演播厅采用高清数字化设备，并结合全媒体时代的特点进行重新建设。新的全媒体演播厅强大的功能为节目制播提供了创新性的表现形式，节目收视率得到了较高的提升。

关键词：图文包装；演播厅图文；全媒体融合
中图分类号：G220.7　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-117-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.049

文 / 李　佳

演播厅作为电视节目制作系统的主要组成部分，经历了从模拟到数字、从标清到高清的发展阶段。随着互联网时代和移动终端的快速发展，全媒体时代已经来临。对电视节目而言，将传统技术与新兴媒体技术融合是当前主要的发展方向。加快建设全媒体制播平台成为广播电视行业的全新趋势。

2016 年泰兴市广播电视台对 200 平米演播厅重新全面建设，采用高清数字化设备，并结合节目制作的需求以及传统媒体与新兴媒体融合发展的方向进行了演播厅数字化改造。用技术创新支撑节目理念创新，打造全媒体新闻数字化直播平台。将该演播室建成为一个拥有超高分辨率大屏幕包装显示系统、高标清三维图文在线包装系统、高清三维可视化交互系统、字幕图文创作播出系统、虚拟现实图文包装系统等先进技术，能够适应全方位、多景区、多空间、多视点播报的全新高清多功能全媒体交互式演播室。该演播室现已顺利投入使用。

1. 改造后的演播厅图文包装系统包括

1.1 在线图文包装系统

配置的艾迪普 G2-HD 三维在线图文包装系统包含 1 台 3D 在线包装工作站，在线包装工作站用于节目片头、中间插片等包装性片段中的制作和内容（包括图像、文字、节目中的底行游动新闻播报、角标、人名等）替换，能够快速提供包装性强的实时播出片段，且片段的内容可随时替换。

1.2 虚拟现实图文包装系统

配置了艾迪普 iVRS- V 虚拟现实图文包装系统，配置一套 iVRS-V 手动虚拟跟踪系统和一套 iVRS-C 自动摇臂虚拟现实图文包装系统和色键器。通过安装在摄像机上的数据传感器，快速准确地从摄像机和镜头获取跟踪数据信息，传输给系统，从而达到虚拟场景的跟踪，完成虚拟蓝箱区及背景的制作。

1.3 大屏幕显示包装系统

多媒体互动区配置了 3×3 55 寸超窄边液晶拼接屏。由艾迪普 3DM-4K 超高分辨率大屏幕显示包装系统和用于超大屏幕显示器效果呈现和综合管理调度本演播室多种信号的艾迪普 Media Live 智能调度管理系统，对本演播厅布景中播报区的大屏幕显示器显示的各类信号进行调度、播放和控制。

1.4 图文点评系统

配置的是艾迪普 G-Touch2-HD 高清三维可视化交互系统，包括图文点评工作站、专业点评软件、大屏幕触摸驱动、IPAD 等。

2. 图文包装系统的优点

在线包装技术在节目实施过程中，实现了快捷、低成本、统一、高质量的特点。与传统字幕机相比，优势明显。它除了为节目提供大量的文字图示信息外，其画面的精致美观与绚丽动感也对节目内容起到了直接而明显的包装作用，它的投入运行有助于更好地实现我台的整体包装。在电视整体包装工作流程中，在线包装是整体应用设计实施的重要环节，是“在播包装”的一部分，它和整体包装出于同一目的，是对电视频道品牌形象的建立和维护，是按照整体包装规范下的形象识别与应用标准和规范，将整体形象进行一系列的外在形式的规范和强化。

3. 演播厅与图文包装结合

随着时代的发展，观众对电视节目的质量、内容、针对性都有了更高的追求。演播厅在线包装的引入势在必行。我台演播厅使用的是由北京爱迪普公司生产的在线包装产品，其三维图形实时创作系统，具有高效的三维图形制作及渲染功能，系统具有简单便捷的操作界面，丰富的模型素材库、多元化的图形场景特技效果，支持第三方创作软件 2D/3D 设计模块的导入等多种强大的功能特性，几乎能够满足创作人员在节目模板制作过程中的所有设计需求，有效提高创作人员的工作效率，从而轻松快捷地完成丰富复杂的三维图形效

果的制作，并更专注地实现节目对三维图文模板的功能需求。

3.1 图文包装

演播厅在线包装涵盖了节目常用的图文场景，包括标题、字幕条、过肩题图、底行跑马、片尾滚屏、对白、节目导视、角标等，通过图文包装的三维场景制作功能对此类场景进行包装后，可以显著提升画面效果。

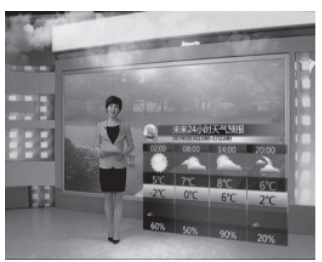




3.2 虚拟现实图文包装

iVRS 虚拟现实图文包装系统扩展了三维图文系统功能，实现真实场景与虚拟现实图文场景完美融合，将生动逼真的视觉效果呈现给观众，丰富了节目播出形式和节目创作方式。





3.3 大屏幕背景

演播厅背景大屏幕的应用也是近几年兴起的一种应用方式，背景大屏的应用，强调了多机位、多背景、全方位的电视画面效果，可以极大地增强演播室的空间感。传统演播厅的大屏幕背景，一般都是播放预先制作好的画面，播出形式比较单一，无法较好地与节目内容呼应。图文包装产品的引入为大屏幕的播出提供了全新的展现方式，在播出过程中，伴随主持人的口播，大屏幕上能够展现丰富的内容，包括视频连线、数据分析等，增强了节目的可视性和灵活性。



3.4 三维图文点评播出控制系统

与主持人口播，后期工作人员播放相应的大屏幕内容不同。我台演播厅还配备了三维图文点评播出控制系统。比对传统的点评系统，本系统是构架在艾迪普公司的三维图文渲染引擎（IDPRE）之上，以此为核心，图文视频点评播报系统软件为基础，结合等离子触摸显示单元的点评播报播出方式。主持人通过手势控制实时三维场景的播出，提升了画面表现力，带给观众耳目一新的感觉，进一步丰富了节目的表现力。



本演播厅统一了全部图文播出系统的制作平台，模板不需要重复制作，根据使用可随时调取，优化了素材模板管理方式。

前景图文及大屏幕内的图文模板可以联动播出，满足了新闻节目对图文效果及呈现形式的要求。

全媒体演播厅系统高清化改造投入使用后，在线包装系统、虚拟现实技术、背景大屏、图文点评等产品的结合应用，为我台电视节目提供了无限的创作空间。随着技术的发展和成熟，全媒体演播厅将会在我台电视节目中发挥更为重要的作用，丰富电视荧屏，更贴近观众的需求。媒

参考文献

[1] 朱军 . 从演播室的变迁，浅谈全媒体概念在广电的崛起 [J]. 影视制作，2017（02）：46-50.

（作者单位：江苏泰兴市广播电视台）

自动化批量部署管理的实践

摘　要：努力提高物理服务器环境下的自动化部署效率和可控管理能力，一直是运维开发人员不断追求的目标。随着新华社“媒体融合发展项目”的不断推进，在统一运维体系模式下，基础平台环境的建设在实际工作中面临着为上层业务应用系统提供基础环境支撑的任务，承担了近千台物理服务器节点的部署和运维工作，急需解决操作系统自动化批量部署和管理，及时响应业务系统部署需求的难题。

关键词：服务器；可控管理；自动化；批量

中图分类号：TP311　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-119-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.050

文 / 魏海涛

1. 物理服务器部署的痛点

与传统“竖井式业务”小规模运维相比，统一运维体系下规模化的操作系统部署存在以下几方面的挑战：

（1）并存多个系统版本，数据和基础类软件要求的系统版本较低，适合容器化的应用软件要求的系统版本较高。

（2）交付界面上移，更加精细化。任务不再是简单安装操作系统，而是在统一设计要求下，完成磁盘分区和挂载、软件包安装、网络设置、NTP 时间校对、用户设置及个性化配置等。

（3）物理服务器部署节点需求数量通常在上百台，网络环境复杂，网络安全域不同，服务器具有多块网卡。

（4）部署过程中，要能够监控查看每一台服务器的详细进度。

（5）对网络连通、用户账户和软件包等进行安装结果验证。

面对以上挑战，如果靠人力部署，势必效率低下，也极易因为人为因素出现配置差错。

2. 自动化部署方案

针对操作系统规模化部署运维的弱点，我们设计了适用于新华社实际环境的操作系统自动化部署和管理方案：

（1）搭建基于 PXE 的网络自动安装环境，自定义 kickstart（简称 ks）自动安装配置文件和 shell 脚本。

（2）开发配置管理服务，以服务器设备序列号为索引，将 ks 中的配置数据抽象为参数进行封装管理，用于服务器配置管理、配置 API 查询等。

（3）开发监控服务，同样以服务器设备序列号为索引，用于监控数据上传、进度监控、安装验证等。

技术架构如图 1 所示。核心为配置管理服务和监控服务，由服务器工程师规划编制《服务器基础规划表》并上传至配置管理服务器，目标主机在自动安装时从配置管理服务器根据设备序列号加载属于自己的配置，全程进度上传监控服务器，供服务器工程师浏览验证。



图 1　系统架构

以下为各系统组件的功能描述。

DHCP 服务器，为需要安装操作系统的服务器提供 DHCP/BOOTP 服务。承担该任务的为管理网的三层交换机，安装时在交换机上的对应 VlanIf 上设置 DHCP 服务即可。相较于在服务器上配置 DHCP 服务的传统方案，在交换机上配置更为稳定，也适用于跨网段的批量服务器安装。

TFTP 服务器，对应 DHCP 服务器上的 next-server 配置，提供最小启动镜像的下载服务，承担该任务的为中控服务器。依赖操作系统的 xinetd 服务对 tftp 服务进行管理。将 CentOS 6 和 CentOS 7 等不同操作系统版本的最小启动镜像文件分开存放，实现不同操作系统的同时自动化安装。

HTTP Web 服务器，对应 TFTP 服务器上的 ks 配置文件 URL，提供 ks 配置文件以及操作系统 rpm 软件安装包的资源下载服务，承担该任务的为中控服务器。将 CentOS 6 和 CentOS 7 等不同操作系统版本的 ks 文件和 rpm 包分开存放。相较于传统方案，根据配置自动化设计，我们在这里增加了静态路由、磁盘分区等配置文件的下载。

配置管理服务器，为安装人员提供服务器配置管理操作，提供 Excel 格式的配置文件上传和浏览功能，该部分为单独开发实现，承担该任务的为中控服务器。

监控服务器，为安装人员提供服务器安装部署实时监控服务，该部分为单独开发实现，承担该任务的为中控服务器。

CMDB 服务器，服务器配置的最终状态记录数据库。

3. 自动化原理与执行流程

操作系统安装自动化的原理是基于 PXE 和 kickstart 的网络自动安装。在此基础上，我们以服务器设备序列号为索引，将个性化配置的数据抽取出来，封装为配置管理服务，结合 ks 配置文件的 pre 段和 post 段的自定义 Shell 脚本，实现个性化配置的自动化部署。

目标主机的安装执行分为两个阶段。

第一阶段为目标主机的最小安装启动镜像加载，如图 2 所示。目标主机通过支持 PXE 功能的网卡从 DHCP 服务器获取网卡 IP、网关、TFTP 服务器地址和最小安装启动镜像路径，然后从 TFTP 服务器下载启动镜像和安装启动配置文件，从配置文件中获取 ks 文件 URL 路径。pxelinux.0 为启动文件（bootfile），pxelinux.cfg/default 文件为安装启动配置文件，内含 ks 文件 URL；vmlinuz 为启动内核，initrd.img 为挂载文件系统。

第二阶段为 KickStart 方式自动安装阶段，如图 3 所示。KickStart 安装方式为我们提供了安装前（%pre）和安装后（%post）2 个自定义执行阶段，允许我们利用这 2 个阶段编写 Shell 脚本实现配置自定义。我们将相同部分直接写在 ks 文件中，包括软件安装包列表、root 及公共账号配置、SELinux 和防火墙配置、NTP 配置、DNS 配置等。对于个性化配置，编写变量 shell 脚本调用配置管理服务，利用 pre 阶段实现磁盘分区和主机名的配置导入，post 阶段实现 IP、静态路由及其他系统初始化配置。两个阶段的所有配置操作均上传监控服务器。

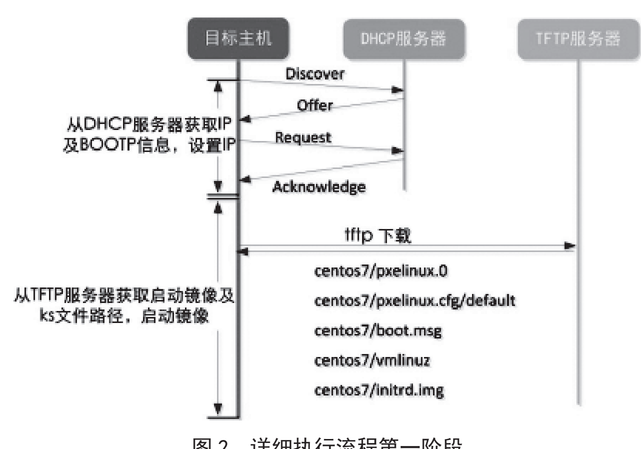


图 2　详细执行流程第一阶段



图 3　详细执行流程第二阶段

4. 配置管理和监控服务设计

配置管理和监控服务采用 nodejs 语言编写，提供配置上传和浏览、配置查询 API、安装进度监控等功能，技术架构如图 4 所示。



图 4　配置管理服务技术架构

配置管理服务具有以下几个特点：

（1）定位为工具类，采用内存数据库作为数据存储方式；配置元数据包括：服务器序列号、机柜物理位置、操作系统版本、主机名、业务网卡和带内管理网卡 IP（对应于硬件网卡位置，含 bonding）、远程带外管理卡 IP、RAID 划分、磁盘分区和挂载点，如图 5 所示。



图 5　配置列表及详情页

（2）为了配合服务器工程师的工作习惯，增加了 Excel 导入配置的转换适配模块；

（3）配置查询接口采用 Restful API 格式。特别是针对网卡配置查询进行了详细设计，包括 IP 地址、网络掩码、子网、网关、网卡名称等，以应对 ks 自动安装过程中的 IP 地址类查询，减少 shell 脚本的文本解析工作。如：

http://[ip]:[port]/api/confs/[serialid]/operateIP

http://[ip]:[port]/api/confs/[serialid]/operateIPNetmask
http://[ip]:[port]/api/confs/[serialid]/operateIP
http://[ip]:[port]/api/confs/[serialid]/operateIPGateway
http://[ip]:[port]/api/confs/[serialid]/operateNic

4.1 安装实施步骤

操作系统安装自动化将服务器工程师从繁重的重复劳动中解放出来，只需少量手工操作，从而使其精力更多地集中在配置规划设计。

（1）从配置管理服务器下载《服务器基础规划表》模板，借助 Excel 表格工具对服务器配置进行规划设计。

（2）将 Excel 文档上传到配置管理服务器，同时将列表中的服务器加入到待安装服务器列表。

（3）在目标主机所在管理网当前网段的三层交换机的对应 VlanIf 上设置 DHCP 服务配置 DHCP 服务，开始安装系统。

（4）通过监控服务页面浏览安装进度（见图 6），同时可以访问每台服务器的带外管理地址，通过打开 KVM 远程 Console 来查看系统安装情况（见图 7）。

（5）安装完成后，通过安装管理界面保存此次安装过程和结果。

图 6　安装监控页面

图 7　服务器安装界面

4.2 实施中的一些经验

尽可能降低业务系统对基础环境的个性化要求，强制约束系统命名规范、用户账号规范、操作系统版本等，是实现自动化部署和提高可控管理能力的先决条件。为此，我们重点从以下两个方面对业务应用系统做出限制。

（1）制定系统部署规范，保证系统部署的一致性。我们制定了《主机域名和内部服务域名命名规范》、《用户账户和目录使用规范》、《操作系统初始化规范》、《多网卡 IP 使用规范》。

（2）强制操作系统基线版本。综合考虑基础软件兼容性、操作系统稳定性和官方维护支持期限，我们选用了 CentOS6.8 和 CentOS7.3 作为操作系统基线版本。对于数据库、大数据等数据类软件，考虑到软件本身的兼容性和稳定性，部署到 CentOS6.8，对于移植性较好的 Java/J2EE 等应用，适合容器化扩展的，部署到 CentOS7.3。CentOS 官方提供维护支持的操作系统截至日期见表 1 。

表 1　操作系统官方维护截至日期

官方提供维护支持的操作系统截至日期		
	CentOS6	CentOS7
全部更新	2017 年 5 月 10 日	2020 年四季度
维护更新	2020 年 11 月 30 日	2024 年 1 月 30 日

（翻译自：https://wiki.centos.org/About/Product）

5. 总结

该解决方案在传统的自动化部署方案基础上，根据新华社媒体融合发展项目的特点进行了优化完善，提高了服务器规模化部署的配置管理能力，增强了部署管理的可视化验证。在新华社融发项目的实践中，该方案从一定程度上解放了服务器工程师的重复繁重劳动，实现了系统批量安装自动化，极大地提高了系统部署效率，增强了系统运维管理能力，解决了系统按需按期交付的难题。媒

参考文献

[1] Kickstart documentation. http://pykickstart.readthedocs.io/en/latest/

[2] BOOTP. https://en.wikipedia.org/wiki/Bootstrap_Protocol

[3] DHCP. https://en.wikipedia.org/wiki/Dynamic_Host_Configuration_Protocol

[4] DHCP RFC. https://tools.ietf.org/html/rfc2132

[5] PXE. https://en.wikipedia.org/wiki/Preboot_Execution_Environment

（作者单位：新华社技术局）

基于大数据的媒体传播分析及影响力评估应用创新

摘　要：如何追溯新闻报道在融媒体、大数据环境下的全球实时落地采用及传播情况，有效评估新闻报道的综合影响力、辅助采编决策，是媒体融合发展面临的新课题。通过对跨媒体大数据融合技术、内容智能比对技术、跨平台传播链路分析技术、媒体传播影响力评估技术等技术上的创新，实现融合媒体报道在全球的实时落地采用、传播分析和综合影响力评估，构建一套媒体传播分析及影响力评估应用体系，将有助于指导新闻媒体行业的采编决策，增强融合报道、对外报道传播能力，提升媒体影响力。

关键词：大数据；采用分析；媒体传播分析；影响力评估

中图分类号：G206　　**文献标识码：**A

文章编号：1671-0134（2017）10-122-03　　**DOI：**10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.051

文 / 陈　珺　陈辛夷　苏　宇

引言

近年来，新媒体平台的飞速发展，使得新闻报道发布和传播渠道呈现多元化，从单一的平面媒体向多元化的新媒体及全媒体转变，一条新闻报道往往会在报纸报刊、新闻网站、两微一端和海外社交媒体等多种平台和媒体形态上发布传播，如何通过大数据技术和智能分析算法全面实时掌握新闻报道在跨平台、多种媒体形态的落地采用和传播影响力情况，辅助于采编决策，是媒体融合发展面临的新课题和现实需求。

通过利用新兴的大数据智能分析技术，及时搜集处理互联网海量信息，精确定位新闻报道在媒体上的落地采用信息，跨渠道多维度分析新闻传播效果，评估稿件、专题、产品的综合影响力，快速编制分析报告，是新闻信息生产全流程不可或缺的重要环节，是构建大数据驱动采编和传播决策的重要组成部分，对于新闻媒体的传播能力建设具有重要的意义。

1. 难题与挑战

要实现基于大数据的实时、自动和全面的新闻报道信息传播分析和影响力评估，面临着诸多的技术难题与挑战。

挑战一：如何利用分布式云计算技术，及时准确地获取互联网多来源、海量、异构且动态更新的媒体数据信息。融媒体传播分析需要全媒体数据，既需要获取电子报刊类传统媒体数据，也需要获取新闻网站、“两微一端”和海外社交媒体平台的数据。要实现自动、实时监测和采集各类平台，各种媒体形态的海量互联网信息，每天需要解析、清洗、处理数百万条到数千万条异构原始数据，构建多来源、海量和动态的融合媒体大数据平台存在很大的技术挑战。

挑战二：如何利用大数据分析与处理技术，实现自动、智能、及时、准确的新闻报道落地采用分析计算。现在的新闻报道种类丰富，包括文字、图片图表、视频、多媒体等多种类型以及多种语种，想要从千差万别的海量异构媒体信息中及时识别和准确定位采用，需要设计和不断调整优化不同类型报道的采用判定算法，能够更加智能处理各类复杂情况，这个对分析技术是一个很大的挑战。

挑战三：如何利用报道内容智能化关联分析技术，链接传统媒体与新媒体的平台传播鸿沟，实现跨媒体平台的内容传播分析。全媒体时代，报道信息跨媒体平台进行传播，需要通过报道内容智能化分析技术实现信息关联和分析，全面掌握报道信息的全媒体平台传播情况。

挑战四：如何设计科学的传播影响力评估指标和评价体系，量化评价传播贡献。如何使媒体传播影响力的测定更加科学、理性、全面、规范，如何建立一套科学合理的量化指标，实现新闻报道的传播影响力定量分析和评价，达到生产“苦劳”和影响“功劳”的综合评价目的。

2. 总体架构

一套基于大数据的媒体传播分析及影响力评估应用体系由“一个平台、一套知识库、七个技术层级、六大应用功能”组成，如图 1 所示。

2.1 “一个平台 + 一套媒体知识库”——媒体大数据平台

媒体大数据平台采用先进的大数据框架体系构建，融合了传统媒体（即新闻网站和电子报纸）、“两微一端”（即微博、公众微信号和移动新闻客户端）、海外社交媒体平台（包括脸谱、推特和优兔）等多种类型的媒体数据，并积累了大量的媒体基础信息，建立描述全球媒体属性的媒体资料信息库。

2.2 七个技术层级

包括：数据总线层、数据采集层，数据接入层，数据整合层，数据资源层，业务分析层和应用服务层。

数据总线层：实现整个平台的底层硬件、数据资源、技术组件和功能应用的通信链路。基于服务总线技术，解决多数据、多模块、多应用间的协同、共享、通信和管理，实现数据、模块、应用的服务化注册、管理和调用以及数据、组件和应用的服务化。

数据采集层：实现各渠道采集数据的统一采集管理，利用分布式云采集技术，确保数据采集的及时性，构建基础网络设施，确保网络的高可用性以及代理资源的高可靠性。

数据接入层：实现新闻报道数据、互联网新闻数据、“两微一端”数据、社交媒体数据等的接入。

数据整合层：实现多源异构数据的抽取、转化和融合。

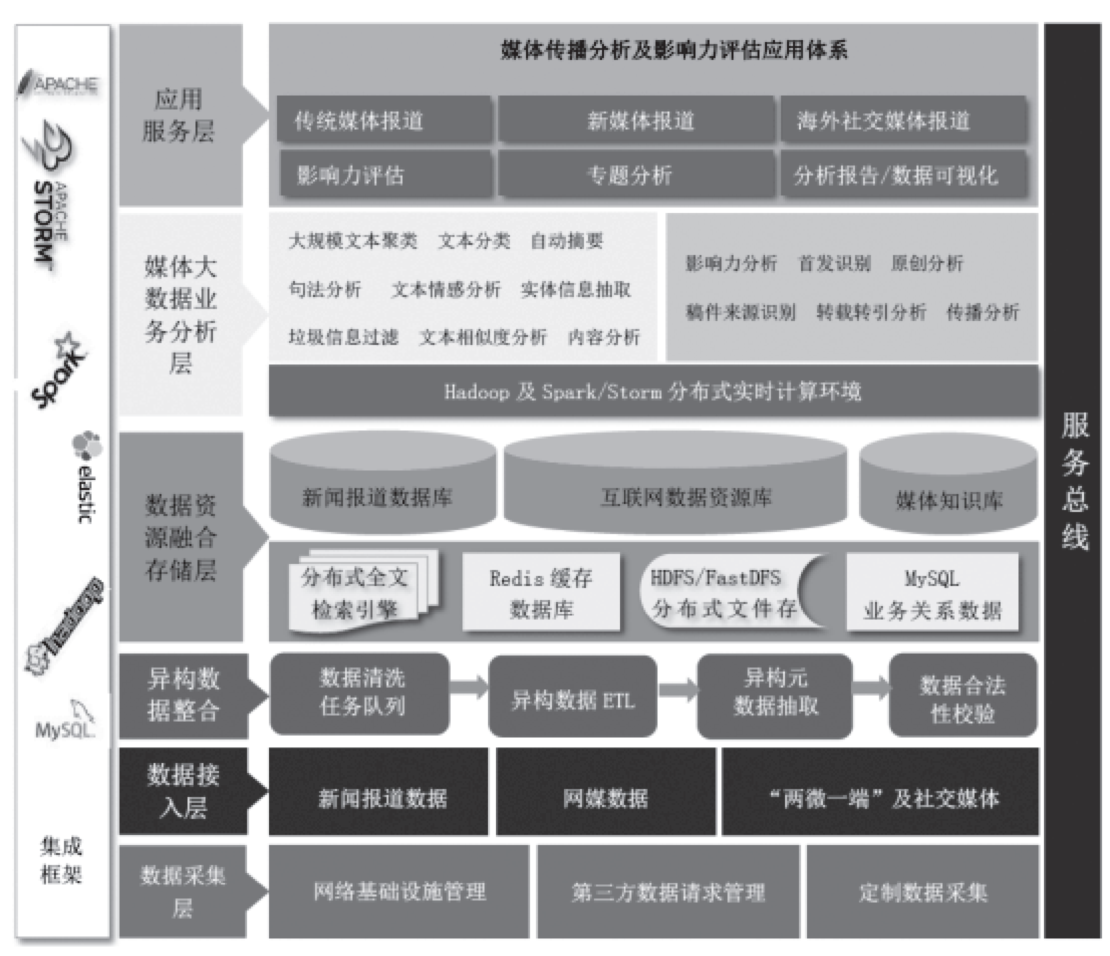


图 1 系统总体架构图

搭建分布式数据处理任务队列，实现海量任务的 ETL 过程，对数据进行初步的结构化处理；针对异构数据，进行精确字段抽取及格式化；对结构化数据进行合法性校验，过滤垃圾无用信息，对于不合法信息进行日志记录，有效数据则提交存储；根据源数据结构将内容解析出来，并进行特殊字段的转换。

数据资源层：实现异构数据资源的融合存储管理。处理后的结构化数据将根据不同的数据类型加载到数据资源层的关系型数据库、全文检索数据库、分布式文件系统上。

业务分析层：实现内容智能分析、采用分析、传播分析、影响力评估算法、数据统计等具体的数据分析处理。面对海量互联网媒体数据，为了高效、实时进行数据处理，需要构建一套高性能分布式实时计算环境，采用 Hadoop+Spark 的分布式计算框架可以最大限度地发挥软硬件资源的计算能力。在此基础上，构建“两套分析引擎”，其中：文本智能分析算法引擎负责自然语言处理领域的核心算法支持，包括：大规模文本聚类、实体信息抽取、句法分析、文本分类、自动摘要、垃圾信息过滤和文本情感分析等。传播分析及影响力分析引擎负责业务层面的模型算法实现，包括：原创分析、稿件来源识别、首发识别、转载转引识别、传播分析、影响力指标体系构建模型等。

应用服务层：实现各类具体的功能模块和集成应用服务，并提供对外数据服务。采用基于数据总线的分布式微服务集群架构，可以应对当业务压力上升，服务器容量难以评估，小服务资源浪费的问题，提高集群利用率。同时，能够提高 IT 架构的灵活性，快速响应业务环境变化及内部需求对业务流程优化提出的要求，最大限度复用现有 IT 资源，避免重复构建。

2.3 六大应用功能

传统媒体报道分析应用：实现新闻报道在纸媒、网媒、微信、客户端上的全球跨平台实时采用数据及互动数据监测分析。

新媒体报道分析应用：实现微博微信账号的实时监测分析，包括对账号粉丝量、发稿量、稿件内容及互动量的监测分析。

海外社交媒体报道分析应用：实现海外主流社交平台上的帐号分析，贴文的内容分析和传播分析，与其他主流媒体账号的对比分析，被海外媒体上引用的数据监测分析等。

影响力评估指标体系：实现新闻报道的跨渠道媒体传播效果评估指标体系，由全网影响力指数和不同渠道影响力指数构成。针对每个传播渠道，各指标体系涵盖阅读、互动、采用三个评估粒度。

专题分析应用：实现针对重大专题报道的事件分析、报道分析和影响力分析。深度分析重大专题事件报道在全球媒体的传播效果以及和同业媒体报道的传播对比分析，分析该事件的发展趋势、焦点脉络、主要观点、媒体和网民关注情况、舆论情感发展趋势，实现专题报道的影响力评估。

分析报告和数据可视化：实现新闻报道的多维度分析

报告的自动生成，能够提供丰富的数据可视化展现。

3. 关键技术创新

3.1 跨媒体大数据获取与融合技术

利用分布式云采集技术、多源媒体数据融合技术和媒体数据云服务技术，构建媒体大数据平台，自动采集引进全球媒体网站、电子报纸、新媒体数据、海外社交媒体数据等，提升了站点覆盖面、数据规模和更新速度。

部署了可采集全球中英文网站的分布式云采集端，通过本地采集和境外部署回传数据。

实现自采数据和多个第三方数据的同步整合，融合和利用多方数据资源，形成多个数据云之上的“集合云”。

覆盖广泛的媒体数据类型，实现新闻、电子报纸、两微一端和海外社交媒体等多种数据类型的实时动态采集。

通过数据融合处理，面向各类应用系统提供基础数据云服务。

3.2 基于流式处理的稿件采用智能比对技术

采用领先的文本语义分析技术，结合业务规则，研发了具有自主知识产权的稿件采用智能比对技术，能够准确定位新闻报道稿件在中英文媒体中的落地采用情况。

通过总结业务经验和业务规则，并结合机器学习模型，不断优化和修正稿件准确度判定参数，形成了业务认可的稿件采用判定规则和阈值设置。

利用算法实现了文字和图片报道的自动采用计算，不仅可以识别稿件显性采用（标注显性关键词的采用），还可以识别稿件隐形采用（未标注显性关键词的采用）。

通过引入新兴的 Spark 大数据流式处理框架，实现分钟级的采用结果更新速度，可提供近实时的采用分析数据。

实现了英文稿件的自动采用比对和传播分析。

3.3 跨平台传播链路分析技术

融媒体传播时代，稿件的传播往往跨越多个媒体平台进行传播，而稿件在不同平台之间的传播关系往往难以关联和发现。通过研发内容智能化关联分析技术，解决传统媒体与新媒体传播链路识别问题，实现了单篇稿件的跨媒体采用落地。

积累主流媒体知识库，自动关联同一稿件的多个发布渠道，识别多媒体平台发布产生的跨平台传播。

通过文本内容相似特征比对技术，识别不同媒体平台中的同一稿件落地采用。

基于时间特征和内容相似特征，自动识别和关联单篇稿件跨媒体平台的传播链路，追溯稿件传播过程。

3.4 媒体传播影响力评估技术

基于媒体大数据信息，基于内容传播指标和受众互动指标，形成稿件综合影响力评价模型，提供单篇稿件、线路和部门等多维度的影响力评价结果。

不同于已有的单纯依靠粉丝数、关注数等影响力评价单一指标体系，形成了数量评价指标、内容传播指标和受众互动指标的综合影响力评价指标体系。

基于模糊综合评价方法，提供影响力量化评价和计算模型，数量化稿件、线路和部门的影响力评价。

结合跨媒体传播链路分析结果，融合多个媒体平台维度的传播影响指数，提供融媒体和跨媒体影响力量化评价。

4. 应用价值

通过技术创新和应用创新，构建基于大数据的媒体传播分析及影响力评估应用体系，有助于指导新闻媒体行业的采编决策，增强融合报道对外报道传播能力，提升媒体影响力：

实现了全网跨平台的媒体监测，实现融合媒体报道在全球的实时落地采用、传播分析和综合影响力评估，形成了一套科学合理的新闻报道评价指标。

解决了对外英文报道全球实时监测和落地采用统计的难题，通过量化分析，挖掘对外英文稿件的传播特征，有目标、有侧重的进行采编选题，实现英文稿件更加精准有效传播。

加强了对新媒体报道的监测，实现传播效果的全面有效掌握，及时了解网民聚焦和互动特征，进行更有针对性的分析，有效指导采编决策。

实现对海外社交媒体运营、分析与决策辅助功能，通过对海媒账号信息、贴文信息和互动信息的监测分析，实时掌握海媒运营情况，跟踪国际主流媒体传播热点，做到知己知彼，快速响应。

实现新闻传播影响力评估指标体系，通过跨渠道、多维度的新闻传播效果分析，评估新闻报道、专题、产品在落地传播阶段的综合影响力，对比分析同业媒体的报道情况、互联网传播情况，便于报道指挥人员、采编人员、内容运营人员调整产品结构、报道资源分配、运营策略等。

为重大专题报道提供多维度的深入的数据分析、可视化展示及专题分析报告，全面掌握专题报道情况，充分体现专题报道成效，服务于采编决策。媒

参考文献

[1] 杨伟杰，戴汝为，崔霞 . 一种基于信息检索技术的网络新闻影响力分析方法 [J]. 软件学报，2009，20（9）：2397-2406.

[2] 王友忠，曾大军，郑晓龙等 . 基于复杂网络理论的互联网新闻媒体分析 [J]. 复杂系统与复杂性科学，2009，6（3）：11-20.

[3] 王君泽，曾润喜，杜洪涛 . 基于网页转载关系判别的网络舆情传播态势分析 [J]. 情报杂志，2015，34（1）：144-149.

（作者单位：新华通讯社通信技术局）

新闻演播室的报道方式浅析

摘　要：近年来，随着国内外平面媒体和网络媒体逐步涉足视频新闻制作领域，使得新闻视频节目报道方式不断推陈出新。本文通过对传媒业演播室报道方式的分析，结合新华社演播室的技术实现，对大屏幕展示系统、触控点屏和虚拟演播室系统进行了重点研究，探讨了直播业务流程与实现方法。

关键词：大屏；虚拟；直播
中图分类号：G432　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）10-125-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.10.052

文 / 王宏达

当今网络、移动互联和虚拟技术飞速发展，给新闻演播室的报道方式带来了创新。新闻演播室的报道方式不再是简单的新闻播报，而是通过更多视角的景区、更灵活的播报手段、更丰富的素材来源和更便捷的观众参与，制作出更加生动的、及时的视频新闻，增强用户的收视体验。随着新技术的引入，新闻演播室不仅使电视节目的制作摆脱了自然条件的制约和限制，在空间、方式和技术条件方面为编导人员的新闻报道提供了一个展示创意的舞台。新闻演播室的报道方式主要有以下几种报道方式。

1. 多景区空间调度串联新闻现场

景区设计是新闻演播室的空间设计的基础，除了要考虑舞美设计和灯光规划，还要统筹规划空间布局，同时设计各景区报道方式间的衔接和转场过渡。随着受众对新闻节目要求的提高，新闻播报多样化的要求增加，要求新闻报道的形式更加不拘一格，不仅有座播，还有站播、大空间的走播、虚拟展示等，这就要求对演播室空间进行多景区空间设计，各种景区包括实景区、LED 大屏区、触摸屏点评区、虚拟景区等在同一个演播空间下，各景区风格统一，色调一致，光比和谐，主持人坐播、站播、走播相互串联衔接，在新闻报道中通过使用多景区、多机位的全景式空间，实现新闻节目现场呈现、消息总汇、多向互动、多资源调度等功能。

新华社演播室空间设计上遵循了多景区设计原则，实现了新闻报道的全景式展现。任何一个角度都可以成为新闻节目的景区，7 个摄像机位，包括一个 8 米摇臂和 1 个遥控机位，可以提供丰富的镜头调度。在一档新闻节目中就可以使用坐播区、点屏播报区、站播连线区和虚拟展示区等多个景区，主持人可以由 1 人担当，也可由多个主持人分工协作。通过在各景区站播、走播，多主持、多机位的变化，不但增加观众视觉上的新鲜感，主持人之间的交流也形成了新的互动，满足新闻直播、专题访谈、读报、互动等各类新闻栏目的制作、录制和直播需求，将演播室升级为一个多视角、多场景、多机位、多功能的新闻节目报道场所。

2. 新技术多手段的报道方式呈现

（1）在显示技术领域，小间距 LED 显示屏技术取得了飞速发展，细腻的画面效果、无拼缝接的效果、任意面积组合、便捷的智能控制和摩尔纹消除技术，使得大面积 LED 显示屏越来越多地走进新闻演播室，已成为海内外新闻演播室的报道利器。

新华社演播室建设在主播景区和站播景区安装了两块 LED 大屏幕，主播区大屏幕主要用于背景展示，站播区大屏幕主要用于现场展示和连线，大屏幕的引入使演播室内空间与新闻现场的时空有了更多的交互，让演播室的空间“无限延伸”。其灵活、美观、便捷的包装显示手段，不但为演播室增添了画面新元素，更带动新闻节目引入海量信息，并可展开多层面互动，其作为整个演播室的视觉核心，与其他景区融合成一个开放的全景观演播室空间环境，实现良好的视全新的播报体验和视觉冲击。

（2）触摸点屏技术是相对较早被视频新闻报道引入的技术手段，是利用最新的多点触控和液晶显示技术，用多种展示模式实现了对图片和视频素材进行浏览、标注和手写点评等功能，同时可通过网络接入，将移动终端图片和视频、计算机网络的页面内容、本地节目素材和包装模板等整合播报，多媒体触摸点评系统在展示新闻信息大数据的同时，实现了主持人对新闻事件的点评，和与网络记者、专家、观众的互动。

通过设计改造，新华社演播室的多媒体触摸点评系统利用一 84 寸触控显示屏，通过多媒体处理技术和网络接入技术，对各种报纸、视频、图片、网页以及社交媒体等新闻素材直接在触摸屏上实时展示、点评，使新闻节目主持人有了充分表达自己的平台，增强整个节目的参与感，大大丰富了新闻节目报道方式。

（3）虚拟演播室系统是近年发展起来的一种独特的电视节目制作技术。它的实质是将计算机制作的虚拟三维场景与电视摄像机现场拍摄的人物活动图像进行数字化的实时合成，使人物与虚拟背景能够同步变化，从而实现两者“天衣无缝”的融合，模拟出完美的新闻现场或新闻要素的合成画面，大大增加新闻的现场感。虚拟演播室可有效地提高了场地的利用率、降低成本，并带来了电视节目制作的一场革命。

新华社演播室配备有虚拟演播室系统，并设置了虚拟展示景区、主持人虚拟播报景区，利用其产生出虚拟的三维背景 和道具，通过在摄像机镜头及轨道加传感装置，调动系统资源运算跟踪所获取的前景摄像机的运动参数，传感器经过事先定位、参数设置，再通过视频合成系统将主持人与其进行合成，最后生成全三维、真人与虚拟背景、前景和道具融合的效果。新华社已经在一些新闻报道中使用了该技术，达到了具有冲击的视觉效果。



3. 直播报道的新闻演播室技术实现

直播报道涉及到很多技术问题，贯穿信号采集、转播切换、信号传输和转换播出等整个报道流程。数字化技术的发展使得视频新闻的生产全流程均可以数字化实现，在信号采集端可以通过数字摄像机、手机等设备采集音视频信号，通过绑定手机卡的 4G 背包配合摄像机或手机本身就可以完成声音画面采集、传输的双重功能。大型现场直播需要多路信号采集，需要多个摄像机在多个机位同时采集音视频信号，然后进行导播切换后传输回新闻演播室。演播室作为信息汇聚的中心，在实时接收数字视音频信号的同时，还可实现实时获取卫星、互联网、移动终端、社交媒体等渠道的视频、文字、图片和音频信息，通过演播室多景区功能实现和直播节目设计，将这些素材进行实时包装加工和有机整合，从而实时制作出一档直播新闻节目，在通过互联网、光纤、卫星、移动终端和社交媒体等渠道发布给用户和受众。

3.1 新华社演播室的直播实现

为满足直播报道需要，新华社演播室在进行高清化改造的同时注意直播能力的技术基础建设。在信息汇聚环节，实现了卫星、光纤、4G 传输、IP 流、网页、微信、手机等视频、音频、文字和图片信号的汇聚和调用，通过各个功能景区的实时包装加工，经过主持人按节目脚本将其进行有机串联整合，制作出一档内容丰富的直播节目。为增加可视性和展示观众的互动参与，演播室还进行多景区舞美设计，架设多媒体展示大屏幕、触控点屏播报区和虚拟播报区，通过主持人的现场组织串联，充分展示新闻现场、连线记者、多媒体素材和观众互动效果。

为保证直播指挥通畅，新华社演播室搭建有指挥通话系统，可满足 120 位记者、编辑、导播和技术人员在线通话，大大提高了通讯时效。为保证安全，新华社演播室搭建了“双机热备 + 应急”的系统结构，直播时主播系统一旦出现故障可自动切换到备播系统，若同时故障还可启动应急系统。在新闻报道中，新华社演播室可满足新闻集成报道的全媒体互动、海量信息聚合、全方位报道，多渠道发布的要求，实现多媒体直播的安全、高效，使报道更加引人入胜。



4. 结语

新闻演播室在新闻报道方式设计上应遵循“全媒体、全直播、多景区、多功能、流程化” 的设计理念，同时融合广播电视、通信、IT 和 IP 等全媒体技术，实现多信源采集、多媒体互动、多景区空间共享、多平台发布等功能，满足新形势下的媒体发展需求，实现全媒体制播报道平台的战略目标。

在新闻演播室报道实践中，一方面，应根据节目要求，梳理出严谨、高效的业务流程，为安全高效完成新闻报道提供保障。另一方面，广泛尝试应用视频制作的新技术、新手段，探讨如何协调大屏交互、触控点屏、虚拟合成和在线包装等技术资源的方式，提高新闻节目的可视性一直是值得深入研究的课题，面对各种新媒体的播出平台需求，在全媒体时代如何真正将这些新技术、新系统完美的应用于演播室的新闻制作，值得思考。媒

参考文献

[1] 李广成，范永红 . 全媒体交互式演播室改造方案浅析 [J]. 现代电视技术，2015（11）：66-70.

[2] 邱宇哲 . 高清新闻直播演播室安全播出系统应急设计和制度建设与实施 [J]. 广播与电视技术， 2015（07）：65-68.

[3] 蔡莉莉 . 大屏在线包装在直播演播室中的应用 [J]. 现代电视技术，2014（6）： 98-101.

[4] 张建兵 . 杜艳新闻节目演播室直播的思考 [J]. 广播与电视技术，2012（11）： 54-54.

（作者单位：新华社音视频部）